Preisbindungen kartellverwandter Organisationen

(Kartelloide Preisbindungen)

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde eines Doktor rerum politicarum
der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von

Lic. rer. pol. WALTER AEBERHARD
von Zauggenried

BUCHDRUCKEREI BERNER TAGBLATT - BERN - 1934

Preisbindungen kartellverwandter Organisationen

(Kartelloide Preisbindungen)

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Würde eines Doktor rerum politicarum
der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

vorgelegt von

Lic. rer. pol. WALTER AEBERHARD
von Zauggenried

Die Fakultät hat diese Arbeit am 14. Dezember 1933 auf Antrag von Herrn Prof. Dr. Fritz Marbach als Dissertation angenommen, ohne damit zu den darin ausgesprochenen Auffassungen Stellung nehmen zu wollen.

BUCHDRUCKEREI BERNER TAGBLATT - BERN - 1934

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Meinem Bruder Fritz

EINLEITUNG.

Die vorliegende Arbeit verdankt ihre Entstehung der Anregung meines geschätzten Lehrers, Herrn Prof. Dr. Fritz Marbach, seiner Vorlesung über Probleme der Preisbildung und seinem Werke „Kartelle, Trusts und Sozialwirtschaft."

Es ist mir ein Bedürfnis, an dieser Stelle allen meinen verehrten Lehrern, ganz besonders den Herren Professoren Dr. H. Töndury und Dr. A. Amonn, für die mir während meines Studiums gegebenen wertvollen Anregungen meinen besten Dank auszusprechen.

Das Problem der Preisbildungen fand seine Behandlung bis anhin vornehmlich in den Auseinandersetzungen über Kartelle, Trusts und Konzerne. Allein, die lange Dauer der gegenwärtigen Wirtschaftskrise, die Reduktion der Einkommen, die öffentlichen Auseinandersetzungen über Deflation in der schweizerischen Volkswirtschaft, nicht zuletzt die regelmässige Publikation der Preis- und Lebenshaltungskosten, sowie die zeitweilige Diskrepanz zwischen Gross- und Kleinhandelspreisen rückten die Fragen der Preisbildung ins vorderste Rampenlicht.

So wurde bereits am 28. Dezember 1926 durch Verfügung des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes eine Preisbildungskommission ernannt und ihr folgende Aufgaben gestellt:

Prüfung 1. der Verschleißspanne im Detailhandel;
2. der heutigen Preise;
3. ob Preisabreden, bzw. Preiskonventionen bestehen, welche die Preisbildung in entscheidendem Masse beeinflussen.

Bei den neun bis jetzt vorgenommenen Untersuchungen stiess die Kommission verschiedentlich auf bestimmt geartete Preisbindungen, welche nach Liefmann dem weitspannenden Begriff „Konventionen" zu subsumieren wären, während Marbach hierfür den Namen „subkartellistische Preisbindungen" geprägt hat.

Diese bestimmt gearteten Preisbindungen bilden das Objekt vorliegender Arbeit, und ich stelle das Problem wie folgt:

Wesen, Entstehung, Wirkung und Beispiele von Preisbindungen in kartellverwandten Organisationen, wobei ich aus praktischen Gründen den Namen „kartelloide Preisbindungen" gewählt habe.

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41544728_0011

Einteilung der Arbeit und Inhaltsverzeichnis.

Seite

I. Allgemeiner Teil.

Das Wesen „kartelloider Preisbindungen“ 1
a) Objektbestimmung und Abgrenzung 1
b) Formen kartelloider Bindungen 3
c) Das Gebiet kartelloider Bindungen 4

Die Entstehung kartelloider Preisbindungen 5
a) Allgemeines 5
Die Wandlungen im kapitalistischen System 5
Die Einsicht in die Notwendigkeit der Gemeinschaftsarbeit . . . 6
Die Parallele zur Kartellentstehung, der Einfluss der Nahrungsidee, die Parallele zur Gewerkschaftsentstehung 7
Die allgemeine Zusammenschlusstendenz in der Wirtschaft als Förderin kartelloider Preisbindungen 9
b) Unmittelbare Voraussetzungen für die Entstehung kartelloider Preisbindungen 10
c) Indirekte Stützen für kartelloide Bindungen 11
Das Analogon zu den Konditionenkartellen 11
Das Analogon zu den Fertigungsverbänden 13
Die geistige Macht der Branchenverbände 15
Die wirtschaftliche Macht der Branchenverbände 16

Mittel und Formen kartelloider Preisbindungen 18
a) Minimal- und Richtpreise; Preisbesprechungen 18
b) Die Tarife 20
c) Die Beeinflussung der Kalkulation des einzelnen Betriebes, mit der Tendenz oder dem Erfolg zu kartelloiden Preisbindungen. 22
d) Preisbindungen durch „gentlemen agreements“ 25

Die Auswirkung kartelloider Preisbindungen 27
a) Das Ausmass der Wirkung und die Dauerhaftigkeit kartelloider Bindungen 27
b) Rationalisierende Wirkungen 32
c) Irrationelle Wirkungen 33

II. Spezieller Teil.

(Beispiele kartelloider Preisbindungen).

Die Preisbildungskommission des eidg. Volkswirtschaftsdepartementes zu den kartelloiden Preisbindungen 35

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Schuhmachergewerbe . . 37
a) Daten aus der Verbandsgeschichte 37
b) Der Tarifaufbau 39

Seite

c) Die Preisbindungen durch die Tarife 42
d) Die Beeinflussung der Kalkulation 46
e) Stützen zur Durchführung der Preisbindungen 48
f) Die Wirkungen 51

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Schneidergewerbe 55

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Spezereihandel 60
a) Daten aus der Verbandsgeschichte 60
b) Die Grundlagen für kar kartelloide Preisbindungen 61
c) Der Bindungswille bei den Spezereihändlern 62
d) Die Bindungen 65
e) Die Innehaltung der Preisbindungen 70
f) Die Wirkungen 72

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Wirtegewerbe 74

III. Schlussfolgerungen.

Der Preis als Wirtschaftsregulator und die kartelloiden Preisbindungen . 76
Die Preisbindungen als entwicklungsgeschichtliche Notwendigkeit und ihre Tendenzen 77
Die Rationalisierungstendenzen in den kartelloiden Preisbindungen . . 78
Die Preisbildung 79
Literaturverzeichnis 80

I. ALLGEMEINER TEIL.

Das Wesen „kartelloider" Preisbindungen.

a) Objektbestimmung und Abgrenzung.

Die Preisbindungen kartellverwandter Organisationen sind Formen der Preisbildung. Sie stellen sich zwischen die „freie" Preisbildung einerseits und die „kartellmässig gebundene" andererseits. Sie sind den kartellmässigen oder kartellistischen Preisbindungen verwandt, weichen jedoch in ihrer Art und Wirkung z. T. von diesen ab, so dass sich eine besondere Benennung rechtfertigt.

Marbach hat für diese Bindungen den Begriff „subkartellistisch" geprägt und führt sie in seinem Werk („Kartelle, Trusts...", S. 167) unter dem Titel „Subkartellistische Preisbindungen (Kartellartige Vereinbarungen, verschleierte Preisbindung)" kurz an. Er teilt sie ein in

1. „sichtbar kartellartige Formen",
   (Kalkulations-Patentverwertungs-Submissionskartelle und Fertigungsverbände);
2. „Formen mit verschleierter Preisbindung".

Vorliegende Arbeit befasst sich nur mit den unter Ziff. 2 angeführten Bindungen, ohne aber diesen Titel zu wählen, da es sich weniger um verschleierte, als vielmehr um bisher unbeachtete oder bewusst übergangene, weil vermeintlich unbedeutende Bindungen handelt.

Der Begriff „subkartellistisch" ist nicht eindeutig und wird selbst von seinem Schöpfer als nicht endgültig angesehen; zudem schlösse er die „kartellartigen Formen" ein, weshalb ich ihn ebenfalls nicht verwenden möchte.

Da nun aber die Preisbindungen kartellverwandter Organisationen besonderer Natur sind, und eine Kurzbenennung aus praktischen Gründen sich aufdrängt, so benenne ich, in Anlehnung an die Wortbildung in andern Disziplinen, das Objekt meiner Arbeit:

„kartelloide Preisbindungen".

Logisch betrachtet bilden diese eine Vorstufe der kartellistischen Preisbindungen, genetisch sind sie indes rudimentäre Formen der letztern, d. h., sie vermögen sich meist nicht zu der vollkommeneren Form, der kartellistischen, zu entwickeln.

Unsere Definition lautet in Anlehnung an die Marbach'sche (a. a. O., S. 167) wie folgt:

„Kartelloide Preisbindungen sind vertraglich unverbindliche Preisvereinbarungen und Beeinflussungen der freien Preisbildung, welche von mehreren Unternehmern derselben Art, oder einem Berufsverband getroffen werden, um mittelst einer einheitlichen Meinung Gewinnerhaltung oder Gewinnerhöhung zu erzielen."

Vergleichen wir zunächst eine der vielen Kartelldefinitionen mit der obigen! Marbach definiert a. a. O., S. 97:

> „Kartelle sind freie Vereinbarungen zwischen grundsätzlich selbständig bleibenden Unternehmen derselben Art, um mittelst monopolistischer Beherrschung des Marktes Profiterhaltung oder Profiterhöhung zu erzielen."

Beide Definitionen erwähnen die „Vereinbarungen" zwischen selbständig bleibenden Unternehmern, resp. Unternehmen derselben Art, zum Zwecke der Gewinnerhöhung oder Gewinnerhaltung. Eine gewisse Verwandtschaft der beiden Phänomene kommt somit schon in den Definitionen zum Ausdruck. Nun versteht Liefmann (Kartelle und Trusts, S. 7) unter Unternehmern allerdings Träger „grösserer Erwerbswirtschaften", in denen das „Kapitalerfordernis von Bedeutung" ist. Er will gerade die Wirtschaftssubjekte des Kleingewerbes, bei denen die Arbeitsleistung das Kapitalerfordernis aufwiegt oder überragt, vom Begriff „Unternehmer" ausgeschaltet wissen. Da nun die kartelloiden Preisbindungen meist im Kleingewerbe zu finden sind, so liesse sich bereits ein Unterschied konstruieren. Andere Autoren, wie Tschyrschky bezeichnen den Handwerker ausdrücklich als Kartellbildner. (Vergl. auch Veröffentlichung Nr. 2 der Eidg. Preisbildungskommission; ferner Schärer: „Die Natur des Kartellvertrages nach Schweizerrecht", S. 12.)

Indem wir das Kleingewerbe als kartellfähig anerkennen, beziehen wir auch zugleich persönliche und sachliche Leistungen in den Kartellbereich ein.

Die Art des Erwerbes und die Subjekte von Vereinbarungen gestatten somit keine Unterscheidungen in bezug auf das Wesen der kartelloiden Preisbindungen.

Eine Abweichung der beiden Definitionen finden wir in bezug auf die Mittel zum Zwecke, einheitliche Meinung einerseits, Marktbeherrschung andererseits. Allein die einheitliche Meinung tendiert nach Marktbeherrschung; dieselbe kann jedoch nicht oder nur unvollkommen erreicht werden. Es besteht somit zwischen den Mitteln bloss ein gradueller Unterschied.

Wenn nun aber die beiden Definitionen auch ähnlich lauten, und die definierten Phänomene einander verwandt sind, so darf eine vergleichende Gegenüberstellung doch nicht weiter geführt werden. Einwandfrei vergleichbar mit der kartelloiden Preisbindung ist die kartellistische, d. h. die Preisbindung, die jedes Kartell ausnahmslos, und in welcher Form es auch sein mag, in sich schliesst.

Worin unterscheidet sich also die kartelloide von der kartellistischen Bindung?

Die kartellistische Preisbindung entsteht durch Vertrag und ist durch diesen bestimmt. Die Innehaltung der Preisbindung ist Vertragserfüllung, die Missachtung Vertragsbruch. Sie ist eine durch das Recht gestützte Verpflichtung mit allen vertragsrechtlichen Konsequenzen.

Die kartelloide Preisbindung dagegen beruht auf rechtsunverbindlicher Vereinbarung. Sie stützt sich einzig und allein auf Gutwilligkeit und Einsicht, auf die Solidarität der Beteiligten. Sie ist eine durch die Moral gestützte Verpflichtung, die nicht in die Sphäre des Rechts hineinzuragen vermag.

Zusammenfassend kann ich sagen, dass die kartelloiden Preisbindungen in wirtschaftlicher Hinsicht wohl nach der Marktbeherrschung tendieren, letztere jedoch nur unvollkommen oder nicht erreichen und in rechtlicher Hinsicht sich einzig auf die Moral stützen, ohne in die Rechtssphäre hinaufzuragen.

b) Formen kartelloider Bindungen.

Wir behandeln dieselben unter dem Titel: Mittel kartelloider Preisbindungen und begnügen uns daher hier mit der blossen Aufzählung.

Die Formen sind:

Aufstellung von Richt- und Minimalpreisen.
Periodische Publikation von Preislisten.
Periodische Preisbesprechungen.
Aufstellung von Tarifen.

Veranstaltung von Kalkulationskursen und Publikation von Kalkulationsbeispielen bei Veränderung der Verhältnisse.
Publikation von Unkostensätzen und Empfehlung von Faustregeln.
Gentlemens agreements.

c) Das Gebiet kartelloider Bindungen.

Kartellistische Bindungen treten im 19. Jahrhundert in der kapitalintensiven Industrie zuerst auf. Sie beginnen bei der Rohstoffproduktion und schreiten allmählich vor bis zur Fertigindustrie. Dabei entwickeln sich aus der Verschiedenheit der Verhältnisse stets neue sich anpassende Formen und Stufen. Sie greifen schliesslich auf den Grosshandel über und fordern nun Einlass auch beim Kleingewerbe.

Hier treten aber Schwierigkeiten auf wegen der grossen Mannigfaltigkeit der wirtschaftlichen Verhältnisse und der Vielzahl der Personen, die sich an den Bindungen beteiligen sollten. Die Heterogenität der Verhältnisse und Interessen erschwert oder verunmöglicht eine monopolistische Marktbeherrschung, die grosse Zahl der Beteiligten lässt eine vertragliche Vereinbarung meist nicht entstehen. Es entwickeln sich wohl Preisabreden und Preisbindungen in den verschiedensten Formen, sie vermögen indes die Ebene kartellistischer Bindungen nicht zu erreichen; sie bleiben rudimentär, und sie werden hier eben kartelloide Preisbindungen genannt.

Da die kartelloiden Preisbindungen vornehmlich im Gebiete des Kleingewerbes auftreten, und die vorliegende Arbeit nicht darüber hinausgeht, so sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sie sich in den übrigen Wirtschaftsgebieten auch finden lassen, wenn auch weniger zahlreich.

Die Entstehung kartelloider Preisbindungen.

a) Allgemeines.

1. Die Wandlungen im kapitalistischen System.

Die erste Hälfte des 19. Jahrhunderts brachte den Siegeszug der Gewerbefreiheit. Letztere wurde damals nicht nur in dem Sinne aufgefasst, dass der Staat die Wirtschaftssubjekte frei schalten und walten lassen solle, sondern dass auch zwischen letztern selbst keine Bindungen bestehen dürfen. Es ist die Zeit der „Ellenbogenfreiheit" in der Wirtschaft. Dieser Zustand gehört logischerweise zu dem damals die ständisch gebundene Wirtschaft ablösenden kapitalistischen System, dessen Produktions-, Konsumtions- und Verteilungsregulator der sich frei bildende Preis ist.

Der kleingewerbliche Unternehmer sieht seinen Vorteil im Wegfall der staatlichen, einengenden Bindungen und ist überhaupt, dem Zeitgeiste entsprechend, von der Allheilwirkung der freien Konkurrenz überzeugt, teilweise sogar bis in die Nachkriegszeit hinein. Dies braucht nicht zu verwundern: die initiativen Köpfe im Kleingewerbe schwingen sich zu Grossunternehmern auf, die der Nahrungsidee Huldigenden fühlen sich frei, uneingeengt. Wohl annektiert die aufstrebende Industrie immer mehr den Boden, der seit Jahrhunderten dem Kleingewerbe gehört hat. Wohl werden viele Berufe vollständig durch die Industrie vernichtet. Allein, einem grossen Teil der kleingewerblichen Bevölkerung eröffnen sich neue Entwicklungsmöglichkeiten. Kann die Industrie dank der Ausgestaltung des Verkehrsnetzes immer wieder neue Märkte erschliessen, so wachsen die lokalen Märkte des Kleingewerbes u. a. durch die rasche Zunahme der Bevölkerung und ihrer Kaufkraft. Solche Ausweichungsmöglichkeiten schwächen die Bedrohlichkeit der fessellosen Konkurrenz ab.

Anders wird es im Stadium, da sich diese Möglichkeiten verlieren, indem nicht nur die Märkte der Industrie erschlossen und aufgeteilt sind, sondern auch die des Kleingewerbes stagnieren und

sich bald Uebersetzung bemerkbar macht. Die Industrie versucht die äussern Gewinne durch Betriebsintensivierung, also durch innere Gewinne, wieder aufzuholen. Kartellierung ist ein weiteres Mittel. Hierzu ist aber das Kleingewerbe nicht reif, müssen sich doch erst eine Reihe von Vorbedingungen entwickeln. Dafür braucht es Jahrzehnte; dieser Prozess ist noch heute nicht abgeschlossen. Trotz Uebersetzung und Einengung der Ausweichsmöglichkeiten herrscht im Kleingewerbe ungehinderte Konkurrenz. Folgende Zitate geben eine Skizze der Wirkung eines solchen Zustandes.

„Schweiz. Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 28:

> „Wir kennen einen Platz, wo jeder den andern seit Jahren zu unterbieten sucht, in der Meinung, er gewinne das Publikum für sich. Heute ist man nun glücklich soweit, dass die Gewinnmarge auf einen bedenklichen Tiefstand herabgedrückt ist; es ist nicht zum Leben und nicht zum Sterben. Alle verkaufen nun zum nämlichen Preis, so dass die Käufer kein besonderes Interesse haben, aus diesem Titel den einen oder andern Laden zu bevorzugen, und der anfängliche Zweck dieser Preisschleuderer vollständig vereitelt wurde".

Dieselbe, 1928, Nr. 50:

> „Die vielen derartigen Versuche, die der Handel in den letzten Jahrzehnten erleben musste, wo durch das Mittel der Preisunterbietung und durch illoyales Geschäftsgebahren man sich eine Kundschaft erwerben wollte, haben immer und überall letzten Endes dazu geführt, dass die Preise sich schliesslich auf einer Höhe stabilisierten, bei der die Führung in der Preisbildung sogar an die vorhin verlästerte Konkurrenz überging".

Töndury: „Kostenberechnung im Einzelhandel", S. 9:

> „Es sind vor allem gewisse Massenartikel der Lebensmittel- und Manufakturwarenbranche, die in diese Gruppe (Konkurrenzartikel) gehören, weil sie von jedem geführt werden müssen und daher wohl dazu dienen, den Käufer anzulocken.
>
> Aber gerade diese freie Konkurrenz führt von neuem dazu, dass der Einzelne sich stets nach den Preisen dessen richten muss, der aus dem einen oder andern Grunde die niedrigsten Preise machen kann: Konsumvereine und andere leistungsfähige Geschäfte; Warenhäuser werden so zu Herren des Preises, dessen Niveau unter Umständen so tief fallen kann, dass der Artikel mit kaum wahrnehmbarem Gewinn, vielleicht sogar mit Verlust verkauft werden muss."

2. Die Einsicht in die Notwendigkeit der Gemeinschaftsarbeit.

Die soeben zitierten Beispiele der Konkurrenzfolgen haben auch für andere Zweige des Kleingewerbes Geltung. Die grenzenlose Konkurrenzierung braucht indes nicht soweit getrieben zu werden, wie es die gegebenen Skizzen dartun, sondern die Einsicht in die

Notwendigkeit zur Zusammenarbeit kann bereits in einem früheren Stadium des Kampfes einkehren, je nachdem der Boden hierfür geebnet ist. Wir werden später hierauf zurückkommen.

Ein Beispiel („Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 28):

„Eintracht macht stark. ... Aber noch in einem andern Kardinalpunkte sollte bei uns Eintracht herrschen. Wir kennen Kollegen, die organisiert sind, die überall sind, wo gemeinsam vorgegangen wird; aber in einem Punkte verfehlen sie sich schwer gegen die so notwendige Eintracht: beim Verkauf; da gehen sie so sehr ihre eigenen Wege, dass sie den andern das Leben sauer machen, ja, dass sie sich oft das Stigma der Lächerlichkeit aufdrücken. Wir sind auch für den möglichst billigen Verkauf; dieser ist heute notwendig schon wegen der Konkurrenz; er ist auch moralisch schön, weil er das Seinige zur Lösung der sozialen Frage beiträgt. Jedoch darf er die Grenzen der Klugheit und Nächstenliebe, welche man seinen Berufskollegen schuldet, nicht überschreiten. Deshalb wäre es zu begrüssen, wenn die so viel gepriesene Eintracht in die Tat umgesetzt würde. Das könnte geschehen, indem die orts- oder bezirksmässigen Detaillisten sich zusammenschlössen, um die Preise sämtlicher Hauptartikel, die allgemein geführt werden, festzusetzen und sich zu deren Einhaltung unter gewissen Konventionalbussen verpflichten. Das wäre u. E. der richtige Weg, um der Preisschleuderei wirksam zu begegnen. ... Wo es nicht geschieht und zugleich bei den einzelnen Geschäftsleuten der gesunde Takt, die noble Rücksichtnahme und der nötige Weitblick fehlt, da geht es bergab, da kratzt man sich gegenseitig die Augen aus zum Gaudium der Käuferschaft."

Gemeinschaftsarbeit und Preisbindungen im Kleingewerbe haben im äussersten Fall u. a. zur Voraussetzung, dass

1. der Markt derart erschlossen und aufgeteilt ist, dass er keine Ausweichungsmöglichkeiten mehr bietet;
2. die internen Gewinnchancen (betriebl. Rationalisierung) ausgeschöpft sind;
3. die Preise sich mehr und mehr den Selbstkosten nähern;
4. die Befürchtung allgemein empfunden wird, es könnten durch den ungezügelten Konkurrenzkampf die Preise und Gewinne noch tiefer sinken.

3. Die Parallele zur Kartellentstehung, der Einfluss der Nahrungsidee, die Parallele zur Gewerkschaftsentstehung.

Liefmann („Kartelle, ...", S. 13) schreibt:

„Der gesteigerte Konkurrenzkampf vergrösserte immer mehr das Kapitalrisiko und verminderte den Gewinn.

Dies ging so lange, bis schliesslich den Unternehmern der Gewinn nicht mehr als genügendes Entgelt für ihr gesteigertes Kapitalrisiko erschien.

Sobald diese Ansicht einmal in einem Gewerbe allgemein geworden und die Erkenntnis durchgedrungen ist, dass gemeinsame Vereinbarungen hier Abhilfe schaffen könnten, ist die Grundlage für die Entstehung von Kartellen gegeben."

Objektiv sei das Kartell die Folge des schrankenlosen Wettbewerbes, subjektiv, d. h. vom Standpunkte des Unternehmers aus betrachtet, sei es das Produkt der wachsenden Divergenz zwischen Gewinn und Kapitalrisiko.

Kartelle und kartelloide Preisbindungen haben, wie aus dem vorangehenden Abschnitt zu ersehen ist, den nämlichen objektiven Entstehungsgrund. Diese Parallelität kann sich auch in der subjektiven Motivierung der Entstehung der beiden Phänomene vorfinden, wenn die kartelloiden Preisbindungen in ausgesprochen kapitalistischen Wirtschaftsgebieten auftreten, und das Bedürfnis nach Kapitalschutz im Bewusstsein der Beteiligten im Vordergrund steht. Sobald wir uns aber die subjektiven Entstehungsgründe für die kartelloiden Preisbindungen im Kleingewerbe vor Augen führen, so divergieren sie mit denjenigen der Kartelle. Das Kapitalschutzbedürfnis bleibt selbst bei den schulgerechten Kartellen dieses Gebietes im Hintergrund.

Im Kleingewerbe lauten die subjektiven Entstehungsgründe für Preisbindungen, sie sind in jeder Fachschrift zu lesen:

„Sicherung eines gerechten Lohnes", „Garantierung eines anständigen Auskommens", „Sorge um einen Notpfennig im Alter" usw. Wohl kann nicht geleugnet werden, dass auch im Kleingewerbe ein Kapitalrisiko vorhanden ist, hat doch mit der technischen Entwicklung die Kapitalintensität auch in diesem Gebiet zugenommen. Im Vordergrund der Motivierungen steht aber unerschütterlich die Nahrungsidee, selbst wenn sie zeitweilig zu verblassen scheint.

Dadurch ergibt sich nun eine Parallele zur Gewerkschaftsentstehung. Bindungen entstehen hier wie dort zur Sicherung und Verbesserung der Lebenshaltung. Die Reife für Bindungen tritt beiderorts erst ein, wenn die Einsicht durchbricht, dass ohne Solidarität Schlimmes zu erwarten ist.

Im übrigen besteht zwischen den beiden Kategorien ein grosser Unterschied, welcher im Fehlen resp. Bestehen des Besitzes von Produktionsmitteln, somit in der Unmöglichkeit resp. Möglichkeit der Gewinnerzielung liegt.

4. Die allgemeine Zusammenschlusstendenz in der Wirtschaft als Förderin kartelloider Preisbindungen.

Berufsvereine und Verbände bereiten den Boden für Preisbindungen vor, insofern sie dieselben nicht direkt bezwecken. Sie gewöhnen ihre Mitglieder sukzessive an eine Einschränkung ihres wirtschaftlichen Tuns oder Unterlassens. Die Willigkeit zur Gefolgschaft nimmt zu mit der Bedeutung, welche sich die Verbände zu erringen vermögen.

Der Krieg 1914/18 war in dieser Hinsicht eine wirksame Förderung. Die gesamte Wirtschaft stand damals unter staatlicher Kontrolle. Den Verbänden wurden öffentliche Funktionen übertragen. Wo eine Organisation fehlte, oder schwach war, da wurde sie errichtet oder gefördert. Behördlich festgesetzte Höchstpreise wurden zugleich zu Mindestpreisen. Oeffentlichkeit und Behörden überwachten die Preisbildung. Jede Erhöhung war vor Behörde und Publikum zu begründen. Das war die Aufgabe des Berufsverbandes, und dessen Mitglieder sahen wohl ein, dass Preisveränderungen nicht ohne vorhergehende Rücksprache mit der Verbandsleitung angebracht waren.

Die Kriegswirtschaft verschwand; die gefestigten Verbände blieben, und das Bewusstsein, dass die Preisbildung manipulierbar ist, war auch im Kleingewerbe geweckt.

Aus einem 1925 gehaltenen Vortrag eines Magistraten entnehmen wir:

> „Ein Wort ist aber auch über den unrationellen Zwischenhandel (der Einzelhandel wird miteinbezogen) zu sagen. Konkurrenz und Vermehrung der Betriebe sind nicht identische Dinge.
>
> Wir haben in der Schweiz zu viele Betriebe und Personen, welche zu den von den Organisationen festgesetzten Konkurrenzpreisen arbeiten. Die Schweiz ist komplett durchorganisiert und syndiziert, was z. T. ein Vermächtnis der „Société de Surveillance Suisse" ist. Die Leute, denen man damals den Rat gab, sich zu organisieren, blieben organisiert. Diese Durchorganisation durch das ganze Volk wirkt preiserhöhend."

Diese Bemerkungen gelten ebensosehr wie für den „Zwischenhandel" auch für das übrige Gewerbe.

Eine weitere Förderung bringt das Beispiel von Industrie und Grosshandel. Die kleingewerbliche Wirtschaft bezieht einen grossen, vielleicht den überwiegenden Teil ihrer Rohstoffe von Kartellen. Preise, Zahlungs- und Lieferungsbedingungen sind fest und zwar während einer längeren Periode, innerhalb welcher die Preise des Kleingewerbes wiederholt schwanken. Einerseits wirken nun die

unverrückbaren Bezugspreise als Druck, andererseits aber wecken sie den Wunsch nach festen Preisen für die eigenen Produkte. Diese Geteiltheit der Wünsche erklärt dann die zwitterige Einstellung des Kleingewerbes zu den kapitalistischen Konzentrationserscheinungen. Nachstehend eine Probe hiervon!

Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 51:

„Erdrosselung des Mittelstandes. ... Wir wiederholen hier wiederum, dass die Trusts, die Ringe, Kartelle usw., wenn nicht immer, so doch meistens am Untergang des Mittelstandes arbeiten. ... Billigerweise muss man zugeben, dass gewisse Ringe (Kartelle?) ursprünglich einen edleren, nicht zu verurteilenden Zweck verfolgen, den nämlich, illoyaler Konkurrenz wie Preisschleuderei entgegenzutreten. Doch bald vergisst man dieses Endziel; man sucht aus dieser Vorzugsstellung Vorteile zu ziehen, die nicht zum Nutzen des Konsumenten sind."

Da die Stabilität der Preise aller Voraussicht nach einen stabilen Gewinn und eine sichere Lebenshaltung brächte, so tritt die kartellistische Preissicherung immer tiefer in den kleingewerblichen Interessenkreis, bis schliesslich der Versuch, wenn nicht zu kartellistischen, so doch zu kartelloiden Preisbindungen Erfolg haben muss.

b) Unmittelbare Voraussetzungen für die Entstehung kartelloider Preisbindungen.

Diese Voraussetzungen bestehen in der Homogenität einer grossen Zahl von Interessen in einer Branche. Im Kleingewerbe sind diese Bedingungen noch wenig entwickelt. Das ist ein Grund, warum hier die Kartelle verhältnismässig wenig Fuss gefasst haben. Dagegen treten die kartelloiden Preisbindungen immer mehr in Erscheinung. Aber auch diese setzen bereits für ihre Entstehung eine gewisse Gleichrichtung von Interessen voraus. Die Tendenz hierzu ist wach, und ihre Resultate nehmen zu, in der einen Branche rasch, in der andern nur langsam.

Nicklisch, „Handwörterbuch der Betriebswirtschaft", schreibt über die Kartellentstehung (freie Wiedergabe):

Die Not kann noch so gross, die innere Organisation noch so wirtschaftlich und die Rechtsform noch so geeignet sein, das Kartell kann nicht entstehen, wenn folgende Bedingungen fehlen:

1. die kartellfähige Ware (wozu gute Unterscheidbarkeit von ähnlichen Waren und Gleichmässigkeit in der Beschaffenheit gehören);
2. die Entstehung unbestrittenen Gebietes.

Dieser Satz hat bis zu einem gewissen Grad auch Geltung für die Entstehung kartelloider Bindungen. Das Erfordernis kartellfähiger Ware kommt in den nachfolgenden Abschnitten zur Behandlung; über die Unbestrittenheit des Gebietes wurde in den vorstehenden Abschnitten bereits ausgeführt, und im folgenden wird diese Frage ebenfalls, wenn auch nur indirekt, berührt werden.

Die Stagnation der Marktausdehnung, die Marktaufteilung, dann die Einsicht in die Notwendigkeit der Zusammenarbeit, und nicht zuletzt die besonders im Kleingewerbe herrschende Einstellung: „Leben und leben lassen!" erfüllen bereits einen Teil letztgenannter Bedingung. Gewiss darf die in diesem Zusammenhang negative Wirkung aus der Ueberfüllung, unter der beinahe jede Branche leidet, nicht übersehen werden. Diese Tatsache ist an sich einer der vielen Gründe, warum nicht in erster Linie kartellistische, sondern kartelloide Preisbindungen entstehen.

c) Indirekte Stützen für kartelloide Bindungen.

1. Das Analogon zu den Konditionenkartellen.

Liefmann schreibt („Kartelle ...", S. 67) über die Konditionenverbände:

> „Sie bedeuten für die Mitglieder eine erhebliche Verminderung der Konkurrenz, indem sie die gesamten Konkurrenzmassregeln beseitigen, die sonst auf diesem Gebiet zur Anwendung zu kommen pflegen und oft für den Einzelnen drückender sind als die Konkurrenz in den Preisen."

Als erste solcher Konkurrenzmassregeln sei

die Rabattierung

erwähnt. Solange dieselbe nicht auf gemeinsamer Basis geregelt ist, muss jeder Geschäftsinhaber strenge darauf achten, dass sein gewährter Rabatt dem seines Konkurrenten nicht nachsteht. Letzterer wieder ist bestrebt, mehr zu gewähren als sein Nachbar. Der Starke geht in der Erhöhung des Rabattes voran; der Schwache muss notgedrungen folgen.

Die Konsumvereine treten auf den Plan und halten ihren Siegeszug. Sie geben den Anstoss, dass sich die kleinhändlerischen Unternehmer in Rabattvereinen zusammenfinden. Neben der ständigen Mitgliederwerbung sind diese Vereine genötigt einen Zweifrontenkampf zu führen: einerseits gegen die Konsumvereine um die Kundschaft, andererseits nach innen, gegen destruktive Gepflogenheiten der eigenen Mitglieder. Dieser Kampf ist noch heute latent.

Uns interessiert hier der innere Kampf. Vor allem müssen die Mitglieder zur Befolgung der Vereinsbeschlüsse erzogen werden. Da sind — und waren besonders in den Anfängen — Mitglieder, welche Rabatt nur nach Aufforderung durch die Kunden abgeben; andere erstrecken ihn nur auf einen beschränkten Teil der Waren; wieder andere gewähren ihn in bar statt in Bons. Vereinssektionen beschliessen gegenüber einem Beschluss der Zentralstelle in Anlehnung an die örtlichen Verhältnisse einen höheren Rabatt auszurichten.

Durch unermüdliche Tätigkeit der Vereinsleitungen ist es mit der Zeit gelungen, eine, wenn nicht vollkommene, so doch weitgehende Einheitlichkeit zu erzielen.

Im Zusammenhang mit dem einheitlichen Rabatt steht die Forderung nach

Barzahlung

seitens der Kundschaft. Sie ist für die Rabattierung die conditio sine qua non. Sie wird aber auch für das Handwerk immer mehr propagiert und findet Einlass.

Wo und soweit eine Branche Kreditierung verlangt, findet die

Kreditversicherung

zunehmendes Interesse. Sie wird oft so durchgeführt, dass der Branchenverband für seine Mitglieder Kollektivverträge abschliesst oder sonstwie Vergünstigungen erwirkt. Dadurch vereinheitlicht sich innerhalb des Verbandes nicht nur ein gewisser Teil des Geschäftsrisikos und der Geschäftsunkosten, sondern es wird zugleich die Kreditierung durch die Versicherungsbedingungen limitiert und als Konkurrenzierungsmittel zwischen den Mitgliedern abgeschwächt.

Ohne Anspruch auf vollständige Aufzählung erheben zu wollen, sei hier als letztes die Konventionen vereinheitlichendes Mittel die Verpönung oder Beseitigung des

Zugabewesens

genannt. Je nach der Geschlossenheit und Macht eines Berufsverbandes sind dieselben ganz verschwunden oder doch im Verschwinden. Mit ihnen fällt ein ebenso wirksames wie einschneidendes Konkurrenzmittel. Wie wichtig die gänzliche Beseitigung für das Kleingewerbe ist, lässt sich aus dem lauten Ruf nach gesetzlichem Verbot derselben erkennen.

2. *Das Analogon zu den Fertigungsverbänden.*

Im Laufe der Entwicklung sind im Kleingewerbe ergänzungswirtschaftliche Institutionen entstanden, deren Wirkungen denen der sogenannten Fertigungskartelle ähnlich sind. Sie stellen die kleingewerblichen Betriebe in bezug auf gewisse Unkosten auf eine gemeinsame Basis und schwächen so wichtige Konkurrenzmittel ab.

Als erste solcher Institutionen sei

die Einkaufsgenossenschaft

genannt. Bei den einen Branchen steckt sie noch in den Anfängen, bei andern hat sie sich zur gewaltigen Unternehmung entwickelt.

Durch die Abgabe der Rohstoffe an die einzelnen Kleinbetriebe wird bereits ein erheblicher Teil der Kosten ausgeglichen.

Wohl bestehen neben den Einkaufsgenossenschaften noch andere Lieferanten. Diese werden aber durch jene unter einen gewissen Druck gesetzt, so dass erhebliche Preisdifferenzen auf die Dauer nicht bestehen könnten.

Schüchtern wurde bereits der Wunsch geäussert, die Einkaufsgenossenschaft möchte auf Grund eines Frachtumlagesystems Frankopreise festsetzen. Damit würde natürlich eine auf ein grösseres geographisches Gebiet sich erstreckende Gleichheit des Rohstoffbezugs erreicht.

Eine Vorstufe oder primitive Form der Einkaufsgenossenschaft ist

der gemeinsame Einkauf.

Branchenmitglieder eines Platzes oder Kreises legen von Fall zu Fall ihre Bestellungen für gewisse Waren zusammen und tätigen dann beim Lieferanten bloss einen einzigen Abschluss. Der Zweck dieses Vorgehens liegt darin, mittelst der konzentrierten Kaufkraft Bezugsvorteile zu erlangen. Zugleich gelten für alle Beteiligten dieselben Bezugspreise und Bezugskosten, und es entsteht aus diesem Moment kein Ansporn zur gegenseitigen Konkurrenzierung. Ein solcher wird besonders auch dann ausgeschaltet, wenn eine Novität gemeinsam eingeführt und eingekauft wird; denn eine solche dient ja sonst vielfach als Lockartikel.

Im weitern wird der Boden für die Entstehung kartelloider Preisbindungen durch die sogenannten

Kundenschutzverträge

geebnet. Häufig schliessen zentrale Verbandsorgane mit Lieferanten ihrer Branche Kontrakte in dem Sinne ab, dass Verbandsmitgliedern

gegenüber Verbandsaussenseitern Vorteile gewährt werden; oder dass an letztere in keinem Falle günstiger abgegeben werden darf als an die erstern; oder dass gewisse Aussenseiter überhaupt nicht beliefert werden. Die ausgleichende Wirkung hinsichtlich der Konkurrenzierung ist evident, wenn auch ihre Intensität je nach dem Vertragsinhalt variiert; von der vertraglichen Regelung einer kleinen Lieferungsbestimmung kann sie bis zum wirksamsten Abnehmerkartell führen.

Den grössten Ausgleich der Gegensätze bringen wohl

die markenrechtlich geschützten

und

kartellierten Waren

welche vom Kleingewerbe, sei es als Rohstoff oder als Hilfsmaterial, hereingenommen werden müssen. Wenn wir bedenken, dass das Vermittlungsentgelt für diese Artikel von den Lieferanten einheitlich bestimmt ist, so erkennen wir ohne Mühe, dass aus dem Vertrieb solcher Waren keine Vorzugsstellung des einen Verkäufers gegenüber dem andern entstehen kann, d. h. dass die Konkurrenzierung mittelst des Preises so gut wie ausgeschaltet ist.

Wir zitieren!

„Spezereihändler-Zeitung", 1926, Nr. 6:

> „Der Detailhandel hat ... alle Ursache, der Industrie dankbar zu sein, wenn diese den Händler zwingt, seine Produkte zu einem richtigen Arbeitsentgelt zu vertreiben. Wer es mit unserem Stande gut meint, der muss wünschen, dass diese Festsetzungen in der Folge noch weitgehend ausgedehnt werden."

Aus einem Arbeitsprogramm des Verbandes schweizerischer Markenartikellieferanten entnehmen wir:

> „Der Markenartikel ist berufen, die Gegensätze zu überbrücken, welche die scharfe Konkurrenz zwischen den verschiedenen Kleinhandelsorganisationen hervorgerufen hat".

Die Markenartikel und kartellierten Waren sind durchaus nicht nur im Kleinhandel in der dargelegten Richtung wirksam; sie spielen bereits auch im Handwerk eine wichtige Rolle. Soweit sie hier nicht als Rohstoffe auftreten, finden wir sie unter den vielen Hilfsmaterialien. Sie finden besonders dort immer mehr Eingang, wo neue Methoden und Stoffe alte überholen. Immer tragen sie dazu bei, die Kalkulationsgrundlagen zu nivellieren.

Endlich sei auch die

gemeinsame Reklame und Publikation

erwähnt. Beides wird zwar erst möglich, wenn bereits ein gewisser Zusammenschluss und Gemeinschaftssinn ausgebildet ist.

Wenn sie einerseits Ausfluss des Gemeinschaftssinnes sind, so wirken sie andererseits verstärkend wieder auf diesen zurück und tragen so zur Bildung von Voraussetzungen für die Entstehung kartelloider Preisbindungen bei.

3. Die geistige Macht der Branchenverbände.

Die Verbandsbildung ist, wie die Preisbindungen auch, ein Produkt der wachsenden wirtschaftlichen Einsicht und einer unermüdlichen Aufklärungsarbeit. Es spielt sich bei den Verbänden ein mehr oder weniger ständiger Zweifrontenkampf ab, wie wir es bereits früher in einem andern Zusammenhang geschildert haben. Einerseits ist dieser Kampf gegen die Aussenseiter gerichtet, welche nicht zum Anschluss zu bewegen sind, andererseits stösst er gegen destruktive Gepflogenheiten der eigenen Mitglieder vor. Uns interessiert auch hier in erster Linie der Kampf nach innen, gilt es doch, das Trennende zwischen den Mitgliedern auszumerzen oder doch abzuschwächen.

Einmal wird angestrebt, die Konkurrenzmassregeln, wie sie im ungebundenen Zustand entstanden sind, zu mildern. Es ist eine Grenze zwischen erlaubtem und unerlaubtem Wettbewerb zu ziehen. Der unerlaubte Wettbewerb wird so genau als möglich umschrieben und in der Fachpresse, in Versammlungen, durch Beschlüsse usw. ständig und teils unter Namensnennung angeprangert und verpönt. „Schmutzkonkurrenz", „Schleuderkonkurrenz" und stärkere Ausdrücke werden zur Terminologie des Kampfes und nicht nur in die Köpfe der Mitglieder, sondern auch in die von Aussenseitern, gleichsam eingehämmert.

Wir geben hierzu zwei Beispiele, die gegenüber vielen andern als sanft bezeichnet werden müssen:

> „Wer heute Odol oder Lenzburgerkonfitüre billiger verkauft als seine Kollegen, der verzichtet darauf, ein seriöser Geschäftsmann genannt zu werden." („Der Kaufm. Mittelstand" 1928, Nr. 3.)
>
> „Schweiz. Spez.-Händler-Ztg." 1930, Nr. 8, Versammlungsbericht: „In der freien Diskussion wurde auf die Solidarität, die bei den Spezierern beobachtet werden sollte, hingewiesen, wobei mit Recht das unkorrekte Verhalten eines Mitgliedes angedeutet wurde."

Mit der Zeit bildet sich in der Branche eine einheitliche Meinung und ein einheitliches Gefühl heraus, über das, was erlaubte und was unerlaubte Konkurrenz ist. Dadurch entsteht aber auch zugleich eine Voraussetzung für die Entstehung kartelloider Bindungen.

Ein weiteres einendes und kartelloide Bindungen vorbereitendes Mittel ist die Erweckung des

Solidaritätsgefühls.

Man spricht nicht mehr vom Konkurrenten, sondern vom „Kollegen". Man sieht in ihm nicht schlechtweg den lauernden Feind, sondern den Menschen mit gleichen Interessen und gleichen Sorgen, von dem man Anregungen empfangen kann und dem man gerne rät. Gelegenheit hierzu bietet sich vortrefflich in den Sektionsversammlungen des Verbandes und in der Frage- und Antwortrubrik der Fachzeitung, was auch rege benützt wird.

4. Die wirtschaftliche Macht der Branchenverbände.

Die Kundenschutz- und Lieferungsverträge, die von den Verbänden abgeschlossen werden, bilden ein gewisses Machtinstrument nicht nur gegen die Aussenseiter, sondern gegen die Verbandsmitglieder selbst, falls diese unbotmässig werden sollten. Ebenso verhält es sich mit dem Einfluss, den die Verbände auf die Einkaufsorganisationen nehmen. Hier und dort sind diese ausgesprochene Verbandsinstitute. Solche Instrumente werden dann verschiedentlich angewandt und anzuwenden versucht, um nebst anderem Vereinsbeschlüssen Nachachtung zu verschaffen. Es zeigt sich auch hier und dort die Tendenz, sie als Stützen für Preisabreden dienstbar zu machen.

Je mächtiger ein Verband ist, um so wirkungsvoller und leichter durchführbar sind Preisabreden und Preisbindungen. Darum und nebst anderem streben die Berufsverbände immer mehr die Uebernahme öffentlicher Funktionen an.

Oesch („Wesen und Ziele der schweiz. Mittelstandsbewegung", S. 124) schreibt:

> „Im Zusammenhang damit (Forderung nach gesetzlicher Anerkennung der Berufsverbände) wird dann vielfach von Handwerkerkreisen die Forderung aufgestellt, dass die Vergebung öffentlicher Arbeiten unter ausschliesslicher Berücksichtigung der Berufsverbände freihändig an diese zu erfolgen hätten.
>
> Die damit bezweckte Ausschaltung des öffentlichen Wettbewerbes würde den Berufsverbänden eine Monopolstellung in bezug auf die Preisbildung einräumen."

Derselbe, a. a. O., S. 104, über die Meisterprüfungen, für welche seitens vieler Berufsleute die gesetzliche Verankerung gefordert wird:

„Die eigentlichen Motive der Forderung entspringen wirtschaftlichen Ueberlegungen; in erster Linie ist es auf eine Einschränkung der Konkurrenz abgesehen."

Wo die Verbände mächtig genug sind, führen sie Bedürfnisklauseln ein. Nachstehendes Beispiel entnehmen wir dem „Kaufmännischen Mittelstand", Jahrgang 1918, Nr. 21:

„... § 4. Unter Vorbehalt der Bestimmungen des Geschäftsreglementes darf ohne eine Bewilligung des betreffenden Mitgliedes, wenn dessen Umsatz, die Lage und die Grösse der Bevölkerung der Ortschaft und ihrer Umgebung nicht eine Ausnahme bedingen, im Umkreis von zwölf Kilometern vom Domizil des betreffenden Mitgliedes aus gerechnet, kein Konkurrent als Mitglied aufgenommen werden. Das Minimum der Einwohnerzahl eines Ortes und Umgebung, dessen Ueberschreitung weitere Ausnahmen gestatten, ist auf 12,000 festgesetzt..."

Wo die Macht zur Effektuierung einer Bedürfnisklausel fehlt, da ertönt der Ruf nach gesetzlichem Schutz des Gewerbes vor Uebersetzung und nach Beschränkung der Gewerbefreiheit.

Alle Forderungen in dieser Richtung zielen, ob gewollt oder ungewollt, u. a. auf die Erfüllung der Bedingung „Entstehung unbestrittenen Gebietes", welche für die Bildung kartellistischer, aber auch kartelloider Preisbindungen so wichtig ist.

Mittel und Formen kartelloider Preisbindungen.

a) Minimal- und Richtpreise; Preisbesprechungen.

Der Minimalpreis

entspringt z. T. dem Gedanken des Minimallohnes, welcher wiederum seine Quelle in der Nahrungsidee hat. Er soll dem Wirtschaftssubjekte ein Minimum an Lohn, im Handel an Vermittlungsentgelt, sichern. Seiner Natur entsprechend sollte er nicht unterschritten, sondern überschritten werden.

Der Richtpreis

ist dem Wortsinne nach als ein Mittelpreis aufzufassen, in dessen Nähe, je nach den Verhältnissen sowohl unter als über ihm, der effektive Preis gesetzt werden sollte. Oft wird unter Richtpreis schlechthin der Minimalpreis verstanden, und zwar nicht nur dort wo jener als Mindestpreis gehalten werden kann.

Die Preisbesprechnungen

sind Verhandlungen darüber, wie hoch die Preise gemeinsam angesetzt werden dürfen, ohne dass die aussenseiterische Konkurrenz einen Vorsprung hat, und ohne dass ein Mitglied der Preisgemeinschaft Anlass nimmt, die andern mittelst des Preises zu konkurrenzieren.

Die Verhandlungen finden anlässlich periodischer oder sporadischer Zusammenkünfte statt, sei es die Verbandssektionsversammlung, oder dass ein Initiant sie zusammenruft. Hier werden nun an Hand der Marktpreise, der Preise der Aussenseiter oder der vom Verband herausgegebenen Normen und Publikationen die örtlichen Preise festgesetzt. Oft sind es die Gremien, in welchen überhaupt erstmals Preisabreden entstehen, welch letztere sich dann von hier aus über die Branche erweitern.

Wir lassen einige Auszüge aus Zeitungsartikeln und andern Arbeiten folgen.

Schnurrenberger: „Die corporative Organisation des schweiz. Detailhandels", S. 182.

„... Daneben besitzen Papeteristen und Eisenwarenhändler für gangbare Serienartikel sog. Richtpreislisten, deren Entstehung auf den Wunsch, ein genügendes Vermittlungsentgelt zu erlangen, und die Kalkulation vereinfachen zu können, zurückzuführen ist.

Die Richtpreisliste normiert die Verkaufspreise gewisser Artikel, oder bei einem neuen, weniger bindenden System (z. B. Papeteristenverband) einfach das Verhältnis zwischen Ankaufs- und Verkaufspreis".

„Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 51: „Minimalnutzen, Minimallohn."

... „Die Sorge für ein anständiges Einkommen ist eine der ersten Aufgaben unseres Standes. Weder der Staat noch sonst jemand sorgt für uns; wir müssen das selber tun. Wir müssen in unseren Kreisen, überall da, wo es noch nicht der Fall ist, es lernen, für einen anständigen Arbeitslohn einzustehen. Bei uns kommen da verschiedene Faktoren in Frage.

Einmal sind es die periodischen Preisfestsetzungen auf bestimmten Branchegebieten. Vielerorts wirken diese periodischen Preisfestsetzungen sehr segensreich. Man wird bei solchen Beratungen mit den Preisen der Konkurrenz vertraut, was der eine nicht weiss, weiss der andere ...

Der Geist, dass man rücksichtslos einfach sein Geschäft macht, oder zu machen versucht, ohne irgendwelche Rücksichtnahme auf andere, ist nicht der Weg zum Erfolg auf diesem Gebiet; es gehört Nächstenliebe dazu.

Es ist zu empfehlen, den Fragen der Einkaufs- und Detailpreise bei allen Versammlungen der Spezereihändler vermehrte Aufmerksamkeit zu schenken."

„Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 10:

„Preiserhebungen. ... Für die Angehörigen unserer Branche war es deshalb zu keiner Zeit notwendiger, lokal- und gebietsweise zusammenzutreten, um gegenseitige Erfahrungen und Beobachtungen auszutauschen, als in der Gegenwart und Zukunft. Es handelt sich bei diesen Preisfragen mehr denn je um Lebensfragen."

Die Durchführung

geschieht auf die mannigfaltigste Weise, entweder lokal oder von einer Zentralstelle aus. Preisbesprechungen sind ihrer Natur nach lokal; Minimal- und Richtpreise eignen sich dagegen ebensogut für einen grösseren Geltungsbereich.

Eine Verbindlichkeit für die Innehaltung der Minimal- und Richtpreise, sowie der besprochenen Preise wird weder durch besondern Vertrag noch durch Verbandsstatuten niedergelegt. Dagegen wird die geistige Macht des Verbandes nach Möglichkeit eingesetzt und die Mitglieder, ja selbst Aussenseiter, unter einen psychologischen Zwang gesetzt, und zwar oft derart, dass die Minimal- und Richtpreise eine förmliche Preisabrede zu ersetzen vermögen.

b) Die Tarife.

Ihr Gebiet ist das Handwerk. Hier handelt es sich nicht um Standardprodukte, deren Preise einfach einheitlich festgelegt werden können; hier behaupten Individualprodukte das Feld.

Die Kostenberechnung, die heute aus verschiedenen Gründen gegenüber früher umfassender und genauer sein muss, ist vielen Handwerkern, mögen sie noch so tüchtig sein, oft kaum mehr in alle Einzelheiten möglich, weil sie zu kompliziert und zeitraubend geworden ist. Tarife sind in diesem Falle Erlösung aus ständiger Unsicherheit.

Trotz der Individualität der Erzeugnisse ein und desselben Handwerks lässt sich doch eine einheitliche Preisberechnung erreichen. Die Arbeiten werden in ihre Fertigungselemente aufgelöst und für letztere feste Kostensätze bestimmt. Theoretisch muss der Preis für ein und dasselbe Individualprodukt oder für ein und dieselbe Arbeit in verschiedenen Betrieben, vorausgesetzt dass die betrieblichen Verhältnisse nicht zu stark divergieren, gleich hoch werden.

Die Aufstellung der Tarife

geschieht meist durch eine zentrale Rechnungskommission für den gesamten Verband oder doch wenigstens für einen grösseren Geltungsbereich. Hier und dort kann sich letztere auf bereits vorhandene Tarife stützen, die in einzelnen Landesgebieten ausgearbeitet wurden und verwendet werden.

Die Berechnungskommission ist zusammengesetzt sowohl in technischer als auch in kaufmännischer Hinsicht, aus tüchtigen Fachleuten.

Als Grundlage der Berechnungen dienen Durchschnittswerte. In Gewerben, wo die Kostenelemente stark differieren, werden

Staffeltarife,

d. h. zwei und mehr Kostensätze für ein und dasselbe Kostenelement, herausgegeben. Den Verbandssektionen oder Tarifgemeinschaften liegt es dann ob, diejenige Staffel, welche den jeweils örtlichen Verhältnissen angemessen ist, auszuwählen und für die Mitglieder als verbindlich zu erklären. Der Einheitstarif im Gegensatz zum Staffeltarif wird in der Regel von der obersten Verbandsbehörde in Kraft gesetzt.

Die Verbindlichkeit

der Tarife wurzelt bei diesem oder jenem Verband in einer Statutenbestimmung, die zugleich die Aufstellung von Tarifen stipuliert. Zur Stützung der Verbindlichkeit sind auch etwa Bussen oder Konventionalstrafen festgesetzt.

Wo ein Verband so mächtig ist, dass die Tarife von seinen Mitgliedern strikte innegehalten werden, und etwelche Aussenseiter wirkungslos sind, da handelt es sich um ein Kartell und interessiert uns für vorliegende Arbeit nicht.

Statutarische Verankerung der Tarife und Sanktionen sind nun aber in vielen Fällen nicht möglich, und selbst da, wo sie bestehen, ist ihre Wirkung oft derart, dass es sich um kartelloide, nicht um kartellistische Preisbindungen handelt. Wir geben darüber folgende Erklärung:

1. Soweit die Preisbindungen statutarisch festgesetzt worden sind, bedeutet die Missachtung der Tarife einen Verstoss gegen die Statuten. Die Ahndung solcher Verstösse bedingt die Einleitung eines Verfahrens, das umständlich und in bezug auf den Bestand der Verbände oft inopportun ist und deshalb unterbleibt.

2. Der Anreiz zu Verfehlungen gegen die Tarife ist gross; denn die Kostensätze sind Durchschnittswerte, und zwar obere Durchschnitte. Mancher Handwerker, besonders auf dem Lande, könnte sehr wohl unter Tarif arbeiten, ohne auf einen hinreichenden Lohn und Gewinn verzichten zu müssen. Er wird zum Verstoss gegen die Statuten gezwungen, sobald unterbietende Aussenseiter auftreten. Aber selbst da, wo solche fehlen, dagegen Uebersetzung und Arbeitsmangel herrscht, da braucht es eine grosse Macht des Verbandes, um die Durchbrechung der Tarife verhindern zu können. Ueber eine solche Macht verfügen aber viele Verbände nicht.

Für die nachstehenden Ausführungen setzen wir stets voraus, dass über die Anwendung der Tarife eine vertragliche Bindung nicht zustande kommt oder wirksam wird, es sich also um kartelloide Bindungen der Preise handelt.

Die Durchführung

ist für die kartelloide Bindungen charakteristisch. In der Fachpresse und in Versammlungen wird immer und immer wieder auf die Tarife aufmerksam gemacht. Das Interesse dafür wird stets,

selbst bei Aussenseitern, wach gehalten, so dass sich eine gegenseitige Kontrolle ausbildet. Zu starke Abweichungen werden infamiert, und es wird so ein wirksamer Druck ausgeübt.

Die Wirkung

ist meist nicht derart, dass die Tarife in ihrer Höhe zur Anwendung gelangen. Es bilden sich aber örtlich oder regional Preisebenen, deren Lage von den aufgestellten Tarifen wesentlich beeinflusst ist.

c) Die Beeinflussung der Kalkulation des einzelnen Betriebes, mit der Tendenz oder dem Erfolg zu kartelloiden Preisbindungen.

Die Zahl und Art der Individualprodukte, sowie die betrieblichen Verhältnisse sind in vielen Gewerben derart, dass eine Tarifierung und deren Anwendung stets unzulänglich sein muss, und die Systeme der Minimal- und Richtpreise und der Preisbesprechungen ebensowenig zu einem befriedigenden Ziele führen. In solchen Fällen hilft die Beeinflussung der Kalkulation durch den Berufsverband.

Die Empfänglichkeit für Beeinflussung ist um so grösser, je komplizierter die Kalkulation in einem Gewerbe ist, je unsicherer infolgedessen der Betriebsinhaber ihr gegenübersteht, je genauer sie infolge der starken Konkurrenz sein muss, und je gefährdeter der Gewinn ist. Die wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahre hat eine solche Situation geschaffen.

Die zu kartelloiden Preisbindungen führende Beeinflussung der Kalkulation entbehrt, im Gegensatz zu den Kalkulationskartellen (siehe Marbach, „Kartelle ...“, S. 172), jeder vertraglichen Grundlage. Durch Belehrung in der Fachpresse, in Kursen, in Versammlungen, Diskussionen, kleinen Schriften usw. wird eine allgemeine Meinung erzeugt über das, was richtige und was unrichtige Kalkulation ist.

Um die Art und Weise sowie die Wirkung der Einflussnahme klarlegen zu können, bedarf es vorerst der Schilderung der Kalkulationsverhältnisse, wie sie vor einer systematischen Einwirkung bestehen. In der Periode der Expansions- und Auswirkungsmöglichkeiten (siehe S. 5 hievor!) braucht es keine subtilen Kostenberechnungen. Die auf dem Markt erzielten Preise und die innerbetrieblichen Verhältnisse sind derart, dass sie nebst der Unkostendeckung

in der Regel einen zum mindesten angemessenen Gewinn bringen. Darum ist bei dem auf die Nahrungsidee eingestellten Gewerbe wenig Anreiz zur Erreichung eines Gewinnes aus Betriebsintensivierung vorhanden; und selbst da, wo eine Uebersetzung, sei es aus Strukturwandlung oder aus Zustrom infolge guter Verdienstmöglichkeit, sich auszuwirken beginnt, dauert es eine gewisse Zeit, bis eine Einstellung auf die neuen Verhältnisse stattfindet und der Kalkulation die notwendige Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Es handelt sich u. a. nicht zuletzt darum, die kleingewerblichen Unternehmer einigermassen mit kapitalistischem Denken und Rechnen vertraut zu machen, besonders von der Zeit an, da das Kapitalerfordernis beträchtlich zunimmt.

Auf dem bereits oben angedeuteten Wege wird von Zeit zu Zeit das Wesen der Kalkulation klargelegt. Es gilt u. a. den subjektiven Gewinn zu analysieren und das Verständnis für die Begriffe „objektiver Gewinn" und „objektive Selbstkosten" zu wecken. Immer und immer wieder wird gelehrt, wie die speziellen und der Anteil an den generellen Unkosten zu berechnen sind, dass ferner das Eigenkapital wie Fremdkapital zu behandeln sei, ein branchenüblicher Arbeitslohn für den Betriebsinhaber, ein Entgelt für die Mitarbeit der Familienangehörigen, eine Quote als Rücklage für das Alter und für flaue Zeiten einzukalkulieren seien. Erst was die so errechneten Kosten übersteige, sei als Gewinn anzusprechen.

Die Anschauung, dass das Eigenkapital in der Kostenberechnung ignoriert werden könne, war tief eingewurzelt. „Dieses Geld hatte man ja, es steckte nur im Betrieb, es ermöglichte zu arbeiten, es war hingegeben für den Arbeitsplatz." So mochte die Auffassung gewesen sein.

Die „Spezereihändler-Zeitung", 1926, Nr. 8, schreibt:

> „Ohne Kapital kann man kein Geschäft führen. Es gibt noch immer unüberlegte Leute, welche zwar immer die Verzinsung des fremden Kapitals, welches sie sich geliehen haben, in Rechnung stellen, aber nicht an die Verzinsung ihres eigenen im Geschäft steckenden Kapitals bei der Ausrechnung des Selbstkostenpreises denken... Es ist unglaublich, aber es ist so."

Es wird etwa versucht, durch den Vertrieb von Buchhaltungsformularen mit branchenkonformen Kontenreihen auf die Kalkulation einzuwirken, was sicher nicht ohne etwelchen Erfolg bleibt. Allein, eine detaillierte Buchhaltung und Kostenstatistik erheischen eine grosse Arbeit, wozu der Handwerker oft nicht Zeit findet oder nicht genügend Vorbildung besitzen kann.

In solchen Fällen führt die Publikation von Unkostensätzen zum Ziele. Ueberhaupt hat ein grosser Teil aller Belehrungen über Kalkulation vor allem den Zweck, darzulegen, warum der und der Zuschlag und nicht ein anderer zu machen ist. Die Verwendung von Unkostensätzen ist sehr verbreitet. Bei den Metzgern ist die sog. Faustregel bekannt, wonach der Preis eines Pfundes Fleisch gleich dem Preise eines Kilogramms Lebendgewicht sein soll. Im Gastwirtschaftsgewerbe ist der Brauch verbreitet, dass zur Berechnung des Verkaufspreises auf den Ankaufspreis ein Zuschlag von 100% gemacht wird. Auch im Kleinhandel spielen die Zuschläge auf den Ankaufspreis eine grosse Rolle.

„Spezereihändler-Zeitung" 1926, Nr. 5:

... „Man muss sich in erster Linie darüber klar werden, was auf diesem Gebiet (anormaler Ablauf des Handels) als Sanierung zu betrachten ist und was nicht. Unseres Erachtens besteht diese nicht in einer Hochhaltung der Preise, sondern mehr in einer gewissen Einheitlichkeit der Zuschläge, die dasjenige enthalten, was der Handel an Arbeits-, Waren-, Risikoentgelt, Miet- und Pachtzinsen etc. beanspruchen kann und muss."

Die Bedeutung der Zuschläge wird verstärkt durch die zunehmende Praxis der Fabrikanten, welche den Verkaufspreis ihrer Produkte oder das Vermittlungsentgelt festsetzten.

„Spezereihändler-Zeitung" 1926, Nr. 8:

... „Wer es mit unserem Stande gut meint, der muss wünschen, dass diese Festsetzungen in der Folge noch weitgehend ausgedehnt werden."

„Der kaufmännische Mittelstand", 1928, Nr. 19, unter dem Titel „Schleuderpreise":

... „Wo liegt der goldene Mittelweg, wie kalkulieren? Eine gewisse Wegleitung, ja sogar Vorschriften geben uns eine ganze Anzahl Lieferanten, so Schokoladefabriken, Konservenfabriken, Cichorienfabriken, Maggifabriken etc. Der prozentuale Bruttoverdienst an den Waren ist ja allgemein bekannt." ...

Die Wirkung

der Kalkulationsbeeinflussung und der einheitlichen Zuschläge ist dieselbe, wie die der Richtpreise und Tarife etc. Es bildet sich eine einheitliche Meinung über „richtige Preise". Ist einmal eine Meinung gebildet, so lässt sie sich nicht so rasch wieder verdrängen. Dies gilt besonders hinsichtlich der Zuschläge. Die Eidg. Preisbildungskommission schreibt in ihrem Bericht, Nr. 3 (Fleischpreise), S. 50, folgendes:

„Durch die in Metzgerfachkursen sowie in der Fachpresse von Zeit zu Zeit erfolgende Publikation des sog. Unkostensatzes wird die

Metzgerschaft ferner immer auf die S. 31 erwähnte Kalkulation hingewiesen, und dies trägt zur Bildung einer einheitlichen Preismeinung bei.

Wie sehr übrigens der Unkostensatz sich als feste Basis für den Aufbau der Fleischpreise nach den Viehpreisen eingebürgert hat, beweist der Umstand, dass man selbst in wissenschaftlichen Arbeiten von ‚Verlusten' spricht, wenn der angenommene Unkostensatz bei der Verwertung nicht gedeckt wird, obwohl darin schon ein Gewinn enthalten sein kann."

Die Wirkung der Kalkulationsbeeinflussung tritt besonders vor Augen, wenn wir die Preisbestimmung des ländlichen Handwerks in der Vorkriegszeit mit derjenigen in der Nachkriegszeit vergleichen. Mancher Kleinmeister erhöhte früher bei gestiegenen Rohstoffpreisen die Preise für die eigenen Arbeiten erst, wenn sein Lohnanteil auf ein Minimum gesunken war; die Erhöhung nahm er nur widerwillig vor, brachte sie ihm doch fast regelmässig Scherereien mit seiner Kundschaft. Wenn ferner für das Alter etwas erübrigt werden sollte, so konnte dies nur mit langer Arbeitszeit erreicht werden. In der Nachkriegszeit, d. h. bis zum Beginn der heutigen Krise, wenn der Verband mächtig genug war, um die Konkurrenzmassregeln einigermassen zu meistern, stützte sich der Handwerker bei Preiserhöhungen einfach auf den Verband und forderte, was er haben musste.

d) Preisbindungen durch „gentlemen agreements".

Es sind Preisabreden, die sich ausschliesslich auf das gegenseitige Vertrauen der Beteiligten stützen. Ihnen fehlt ebenfalls jegliche Exekutierbarkeit sowohl in rechtlicher als in wirtschaftlicher Hinsicht, selbst das moralische Druckmittel ist von fraglicher Wirkung. Zwar fussen auch die unter lit. a bis c geschilderten Bindungen auf dem Vertrauen der Beteiligten und sind eine Art von „gentlemen agreements". Allein dort sind daneben andere Faktoren, wie einheitliche Meinung, wirtschaftlicher und moralischer Druck, auf gleicher Linie wirksam.

Die „gentlemen agreements" vertragen naturgemäss keine grosse Zahl von Beteiligten. Ihr Vorkommen treffen wir indes in jedem Wirtschaftszweig an; wo kartelloide Preisbindungen vorhanden sind, kann innerhalb der Preisgemeinschaften an einzelnen Orten durch „agreements" die Auswirkung sowohl in bezug auf die Höhe, als auch auf die Dauer verstärkt werden. Wir finden eine solche Erscheinung etwa dort, wo bloss zwei oder drei Konkurrenten sich

in den Markt teilen müssen und zugleich der nämlichen örtlich weiterreichenden Preisgemeinschaft angehören.

Da die „gentlemen agreements" vertrauliche und meist mündliche Abmachungen sind, so gelangen sie selten ans Tageslicht. Sie lassen sich vielmehr gestützt auf bestimmte Erscheinungen nur vermuten, es sei denn, dass durch Zufall oder Indiskretion der Schleier einmal gelüftet werde.

Die Auswirkung kartelloider Preisbindungen.

a) Das Ausmass der Wirkung und die Dauerhaftigkeit kartelloider Bindungen.

Marbach schreibt in seinem Aufsatz, „Störungen im Preismechanismus", S. 12:

„Die Kleinhandelspreise hinken mancherorts und in vielerlei Branchen unorganisch hinter den Grosshandelspreisen nach. Wie ist das zu erklären?

Die letzten Jahre sind gekennzeichnet durch ein sehr sonderbares handelspolitisches Phänomen: Kartellierungen und namentlich Preisabreden haben sich je stärker erwiesen, desto näher sie dem letzten Konsumenten sind."

Liefmann, „Kartelle und Trusts ...", S. 11:

„Hinsichtlich der Wirkungen aber ist kein erheblicher Unterschied, zwischen den monopolistischen Verbänden im Gross- und Kleinbetrieb, ausser dass sich die letztern mehr auf einen lokalen Kreis beschränken.

Für die letzten Konsumenten können die zahllosen monopolistischen Verbände des Handwerks und Kleinhandels gerade so nachteilig sein, wie die des Grossbetriebes."

Es folgen Auszüge aus Berufszeitungen und aus den Arbeiten der Eidg. Preisbildungskommission. Sie stehen den Ereignissen nahe und führen uns diese in lebendigster Art vor Augen.

„Spezereihändler-Zeitung", 1930, Nr. 22 (Bericht über einen Vortrag):

„Wir stehen gegenüber ... gänzlich veränderten Verhältnissen in der Versorgung mit Lebensmitteln und in der Preisgestaltung während und nach dem Kriege bis in die heutige Zeit hinein. ... Die unablässigen Bemühungen, eine Lockerung und Senkung in den Preisansätzen herbeizuführen, scheiterten in zahlreichen Fällen an den betreffenden Verbänden und Genossenschaften, die den Verkauf und Vertrieb der wichtigsten Lebensmittel zu besorgen haben."

„Schweiz. Wirtezeitung", 1931, Nr. 46 (Besprechung des Berichtes Nr. 7 der Eidg. Preisbildungskommission, die Weinpreise betreffend):

„... Doch eine grosse Freude, und es wäre höchst undankbar, wenn wir es nicht anerkennen würden, eine grosse Genugtuung hat dieses Werk unserer Vereinsleitung gebracht, nämlich den Schlussatz, so quasi das Resumé der ganzen grossen Arbeit.

Die Preisbildungskommission schreibt zum Schluss: ‚Trotzdem der Artikel Wein für Preisbindungen nicht sehr geeignet ist, suchen alle am Vertriebe beteiligten Glieder, Richtpreise aufzustellen, um die Weinpreisgestaltung zu beeinflussen. Dabei kann festgestellt werden, dass zumal in der deutschen Schweiz die Preisbildung auf Grund einheitlicher Preismeinung eine kartellmässige Preisabrede, speziell im Weinvertrieb, im Gastwirtschaftsgewerbe weitgehend zu ersetzen vermag.‘ Das heisst, der schweizerische Wirteverein hat es nicht nötig, wie z. B. das Zementkartell oder der Brauereiverband, die Verkaufspreise unter seinen Mitgliedern durch hohe Konventionalstrafen sicherzustellen, sondern es genügt, wenn die Vereinsleitungen Richtpreise für den Ausschank empfehlen, damit dieselben strikte befolgt werden.“

„Kaufmännischer Mittelstand“, 17. Jahrgang, Nr. 19:

„Bekämpfung der Preisschleuderei. ... Da wo sie (die Richtpreislisten) bereits eingeführt sind, haben sie Wunder gewirkt. Sie führen zu einer gesunden Preispolitik, verlangen aber auch ein gewisses Mass von Solidarität. Es ist aber auch Pflicht, dass der kalkulatorisch Tüchtigere und der kaufmännisch besser Ausgebildete seine Kenntnisse auch den schwächern Standesgenossen zur Verfügung stellt, um diese leistungsfähiger zu machen.

Dabei helfen sie im Kampf gegen den Gegner und helfen der allgemeinen Hebung des Berufstandes.“

Eine besondere Wirkung haben Richt- und Minimalpreise dort, wo das grosse Publikum die Kundschaft bildet und zugleich eine starke aussenseiterische Konkurrenzgruppe besteht; in solchen Fällen sind sie nicht nur Richt- und Minimalpreise, sondern zugleich Höchstpreise.

Töndury, „Kostenberechnungen im Einzelhandel“, S. 9:

„Eine weitere Gruppe bilden: 2. die sog. Verbandsartikel, deren Preis durch eine Abrede oder Konvention seitens der Verkäufer festgesetzt wurde. Auch hier sieht sich der einzelne der Freiheit beraubt, den Preis selbständig zu berechnen und anzusetzen. Wohl besteht die Bindung in der Regel nur darin, dass ein Mindestpreis vereinbart wird; dieser Mindestpreis wird aber nur in den seltensten Fällen überschritten werden können, da auch hier wiederum die Kundschaft sich dagegen auflehnen würde.“

Obigen Zitaten haben wir einzig beizufügen, dass nicht allen kleingewerblichen Verbänden und ihren Preisfixierungen Erfolge, wie sie oben geschildert, beschieden sind. Das Streben nach solchen Erfolgen ist dagegen kaum in einer Berufsorganisation zu verkennen.

Fragen wir nun nach der Dauerhaftigkeit der kartelloiden Preisbindungen!

Marbach, „Störungen im Preismechanismus“, S. 12:

„... Im Grosshandel und in der Rohstoffproduktion sind die monopolistischen Versuche massenhaft zusammengebrochen. ... Dem gegen-

über haben sich die Preisbindungen in der Fertigwarenindustrie und im Kleinhandel im allgemeinen als Fels erwiesen."

Derselbe, a. a. O., S. 25:

„Oft geht die Vereinbarung zugrunde, aber wenn das Gefüge fest ist, dann ist es möglich, bei sinkender Konjunktur und allgemein ungünstigen Verhältnissen, die Preise der Hochkunjunktur noch lange aufrecht zu erhalten."

Ein Vergleich zwischen Gross- und Kleinhandelsindex stützt diese Ausführungen, soweit es die Nahrungsmittel betrifft (Stat. Jahrbuch der Schweiz).

	Grosshandel:			Kleinhandel:			
	Jan.	Juli	Durchschn.	Jan.	Juli	Durchschn.	Diff.
1926.....	162	153	152	165	159	160	8
1927.....	146	143	146	158	157	158	12
1928.....	150	148	149	159	157	157	8
1929.....	147	150	147	157	155	156	9
1930.....	144	138	137	155	152	152	15
1931.....	128	123	123	148	140	141	18
1932.....	115	105	108	132	124	125	17

Eine ähnliche Entwicklung fänden wir wohl auch, wenn sich eine Statistik erstellen liesse über die Preise, welche die handwerklichen Betriebe einerseits bezahlen müssen und andererseits erzielen können.

Nun haben aber auch die kartelloiden Preisbindungen ihre

Grenzen.

Wir wollen sie im folgenden zu umschreiben versuchen.

1. Die kartelloid gebundenen Preise sind, wenn sie auch auf einer einheitlichen Preismeinung beruhen, doch direkt oder indirekt das Resultat von Verhandlungen, d. h. sie sind mehr oder weniger auf die unrationellen Betriebe abgestimmt. Der Anreiz zu Unterbietungen zwecks Steigerung des Umsatzes und Ausnützung der Betriebskapazität ist bei rationellen Unternehmen stets latent und besonders in Zeiten fallender Konjunktur gross. Da gerade während der Krise die wirtschaftlichen Druckmittel durch das grosse Angebot von Rohstoffen (soweit diese nicht kartelliert sind) illusorisch werden können und auch die moralischen Druckmittel schwächer wirken, so darf der Bogen nicht überspannt werden.

In der „Spezereihändler-Zeitung", 1930, Nr. 11 (Bericht des Zentralvorstandes des Verbandes Schweizerischer Spezereihändler) steht folgendes zu lesen:

... „Auf ein Gesuch, bei einer Fabrik von Markenartikeln eine Erhöhung des Vermittlungsentgeltes zu verlangen, kann nicht eingetreten werden, weil die Spanne zwischen Einstandspreis und Verkaufspreis dem, was üblich ist, entspricht, und erfahrungsgemäss ein höheres Vermittlungsentgelt leicht zu Preisschleuderei führt."

Was hier vom Vermittlungsentgelt gesagt wird, gilt nicht nur in diesem speziellen Fall, sondern allgemein und ebensosehr für die Gewinne im Handwerk.

Soviel über die Grenzen, soweit sie auf der Seite der an den Preisbindungen Beteiligten gesetzt sind.

2. Die Wirkung der kartelloiden Preisbindungen auf die Aussenseiter ist in Zeiten aufsteigender Konjunktur positiv. Die nichtorganisierten kleingewerblichen Unternehmer, in der Kalkulation nicht sicherer als die organisierten, versäumen nicht, der Preisführung des Verbandes zu folgen, und soweit sie den Schritt zum Eintritt in den Verband nicht wagen, so lassen sie sich doch herbei, gemeinsam mit der Organisation die Preise zu bestimmen, oder die unabhängig von ihnen getroffenen Vereinbarungen zu befolgen.

Im Spezereihandel besteht die Konkurrenz in der Hauptsache aus drei Gruppen: dem privaten und persönlichen Einzelhandel, dem Selbstverbraucherhandel und dem kapitalistischen Einzelhandel (Merkur, Lebensmittel A.-G., Migros A.-G.), wobei die letztgenannten zwei Gruppen in der Preisbestimmung als führend betrachtet werden dürfen.

Im Bericht, Nr. 6, der Eidg. Preisbildungskommission, S. 60, ist zu lesen, dass in einer der grössten Schweizerstädte die während der Kriegszeit üblichen Preisbesprechungen zwischen dem lokalen Spezereihändlerverband, einigen Detailhandelsfirmen mit Grosseinkauf und einer grossen Selbstversorgerorganisation sich bis 1929 hätten halten können. Für die betreffenden Waren hätte während dieser Zeit kein freier Markt bestanden, da gegen Unterbieter trotz der fehlenden formalen Abrede Massregelungen zum mindesten angedroht worden seien.

Die genossenschaftliche Selbstverbraucherorganisation hat indes die Beteiligung an solchen Abreden energisch bestritten. Dagegen wurde das Bestehen solcher Bindungen unter den übrigen Beteiligten nie dementiert.

In der „Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 39, steht unter dem Stichwort „Selbsthilfe" u. a. folgender Passus:

„Oft wird einem gesagt, mit den Konsumvereinen könnte man gut zusammenarbeiten, aber mit diesen und jenen Kollegen nicht. Man

soll nach dieser Richtung in seinem Urteil nicht zu rasch sein, sondern immer zuerst prüfen, ob es dem Konkurrenten vielleicht doch möglich war, ebenso billig zu kaufen, wie der Konsumverein, dabei aber mit kleineren Spesen arbeitet."

Ferner, dieselbe 1926, Nr. 46 (aus dem Bericht einer Sektionsversammlung):

„Hierzu (Bekämpfung der Preisschleuderei) möchten wir erwähnen, dass in S... schon seit Jahren eine Art Richtpreiskommission, wie sie im Referat gewünscht wurde, amtiert; allerdings besteht diese nicht bloss aus Vertretern des Kleinhandels, sondern auch der genossenschaftliche und der detaillierende Grosshandel sind darin vertreten. Wir haben seit Jahren gute Erfahrungen damit gemacht und wünschen nur, dass die auf gesunder Kalkulationsbasis fixierten Detailpreise auch allseits als ortsüblich anerkannt und innegehalten werden."

Die Mithilfe von Aussenseitern an kartelloiden Preisbindungen haben wir bei unsern Forschungen wiederholt feststellen können. Wir haben auch feststellen können, dass die moralischen Druckmittel der Verbände gegenüber einzelnen Aussenseitern nicht wirkungslos bleiben. Wenn aber die Krise längere Zeit dauert, so werden diese Aussenseiter leicht zu Spielverderbern. Solange die sinkenden Rohstoffpreise die Gewinnmarge nicht wesentlich über den Durchschnitt erhöhen, ist diese Gefahr noch gering, nimmt aber mit weiterer Erhöhung zu. Sind die kartelloiden Bindungen einmal unaufhaltsam durchbrochen, so wird versucht, die Preise auf einer tieferen Ebene wieder zu stabilisieren und die Aussenseiter wieder zu gewinnen. Gleichzeitig wird aber auch auf die Rohstofflieferanten ein Druck auszuüben versucht, wie folgendes Beispiel zeigt („Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 1):

„Die Preisschleuderei in der Tabakbranche hat auch auf Basel übergegriffen. Erstaunlich ist, wie die Fabrikanten und der Grosshandel den Schleuderern liefern können. ... Und so sind heute die Detaillisten gezwungen, zu einem Gegenmittel zu greifen, das für die Fabrikanten und den Grosshandel zu einer Gefahr werden kann: selber unter den festgesetzten Detailpreisen zu verkaufen."

Wenn sich kartelloide Preisbindungen in Zeiten aufstrebender Konjunktur festgesetzt haben, so vermögen die von ihnen ausgestrahlten Gedankengänge über Erschütterungen hinwegzuwirken und immer neu zu erstehen. Sie mildern die Krisenfolgen und bringen etwas Ordnung in die chaotischen Preisstürze.

3. Eine weitere Grenze wird durch die Nachfrage gesetzt. Ein beträchtlicher Teil der Konsumenten, der in normalen Zeiten den privaten Einzelhandel bevorzugt, reagiert in Zeiten absteigender Konjunktur in der Weise, dass er sich den eventuell billigeren

Aussenseitern, wie Konsumvereinen, Warenhäusern, Migros, zuwendet. Beim Handwerk tritt, soweit es möglich ist, selbst in normalen Zeiten bei zu hohen Preisen eine Konsumausweichung ein. Das Fleisch wird teilweise durch andere Lebensmittel ersetzt; die Schuhe bringt man dem Schuhmacher gar nicht mehr, sondern man trägt sie aus und ersetzt sie nachher durch neue; Wohnungsausstattungen bestellt man nicht mehr beim Schreiner, sondern wählt sie im Möbelladen fix und fertig aus. So kann durch unglückliche Preisbindung die bereits stark sich entwickelte Strukturwandlung noch verschärft werden.

Zusammenfassend können wir feststellen, dass die kartelloiden Preisbindungen den Gewinn der Beteiligten höher zu halten vermögen als beim Fehlen von solchen, dass sie ferner in Zeiten sinkender Preise retardierend und ordnend wirken, dass aber die Grenzen, im Vergleich zu den kartellmässig gebundenen Preisen, in der Regel doch enger gezogen sind. Endlich können sie eine Strukturwandlung im betreffenden Gewerbe auslösen oder eine bereits begonnene beschleunigen.

b) Rationalisierende Wirkungen der kartelloiden Preisbindungen.

Die Tatsache, dass bei Preisfixierungen einerseits auf die unrationellen Betriebe Rücksicht genommen werden muss, andererseits aber die Differenz der Gewinnmargen zwischen diesen und den rationellen Betrieben nicht zu gross sein darf, bestärkt die Verbände oder Preisgemeinschaften darin, auf vernünftige innerbetriebliche Rationalisierung bei den Schwächern einzuwirken.

Im weitern bringen die Preisfestsetzungen für die Betriebe eine gewisse Sicherheit und Unkostensenkung durch Wegfall eines Teils der Verlustquellen aus plötzlichen Preisstürzen. Auf kleinere Preisstürze bei den Rohstoffen braucht nicht wie beim Fehlen von Bindungen ohne weiteres mit einer Senkung der eigenen Preise reagiert zu werden; denn die Konkurrenz zwingt nicht dazu.

Schliesslich, da die Konkurrenzierung mittelst des Preises so ziemlich ausgeschaltet ist, so wird die Qualität vornehmliches Konkurrenzierungsmittel. Es handelt sich dabei nicht einzig um die Steigerung der Waren- oder Arbeitsqualität, sondern auch um die der Bedienung. Allfällige, dadurch entstehende Unkosten werden in gutgeführten Betrieben durch Rationalisierung wettzumachen versucht.

c) Irrationelle Wirkungen.

Sobald die Unkostenvermehrung durch Konkurrenzierung in der Qualität nicht durch erhöhten Umsatz oder Rationalisierung ausgeglichen werden kann, so wird der Gewinn geschmälert, die ganze Konkurrenzierung überhaupt illusorisch und nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern ebensosehr volkswirtschaftlich schädlich.

Im kleingewerblichen Lebensmittelhandel hat die Konkurrenzierung durch die Qualität zu einer Erhöhung der Kleinhandelsspanne wesentlich beigetragen, so dass letztere „unverhältnismässig hoch zum Erlös der ursprünglichen Produzenten, zum kaufmännischen Risiko und zum verbleibenden Gewinn des Vermittlers selbst" geworden ist. Die Kleinhändler schieben die Schuld hierfür auf die Konsumenten. Diese seien es, welche Hauslieferung, kleinste Mengen, schöne Verpackung, schöne Ladengeschäfte, grosse Auswahl etc. verlangen. Ich glaube eher, dass die Konsumenten die kleinere Schuld tragen als die Händler; beständen unter letztern Vereinbarungen über die Art und Weise des Kundendienstes, dieser wäre sicher nicht von den Kunden in diesem Mass, wie er hier oder dort herrscht, erzwungen worden.

Unbestritten ist die Frage, ob die Preisbindungen die Uebersetzung verursacht haben, oder ob sie die Wirkung der letztern ist.

Schnurrenberger („Die corporative Organisation ...") schreibt:

> „Es ist also eine deutliche Verlangsamung des Rückgangs des selbständig Erwerbenden im Handel (im Verhältnis der Gesamtzahl der Erwerbenden) zu konstatieren. Und das auffallende dabei ist, dass die Verlangsamung zusammenfällt mit dem Erstarken der Organisation des selbständigen Kleinhandels."

Sicher ist die hier erwähnte Erscheinung nicht einzig durch die Organisationen bedingt. Nun fällt diese Entwicklung zu Dreifünfteln in die Kriegs- und Nachkriegszeit, in welcher nebst andern standespolitischen Faktoren die kartelloiden Preisbindungen wirksam wurden. Es wäre aber unzulässig, daraus schliessen zu wollen, dass die beiden Erscheinungen in nahem Zusammenhang ständen.

Die Versuchung, die Preisbindungen als Ursache der Uebersetzung in einem Gewerbe zu betrachten, liegt schon näher, wenn man daran denkt, dass bei solchen Vereinbarungen stets auf die unrationellen Betriebe Rücksicht genommen werden muss. Im Schutze der Preisbindungen kann sicher mancher Betrieb entstehen und sich halten, der bei heftiger Konkurrenzierung durch die Preise untergehen müsste.

Andererseits haben wir aber bereits früher darauf hingewiesen, dass Preisbindungen durch die Uebersetzung im Gewerbe mitverursacht worden sind. Es scheint hier also ein unlösbarer Widerspruch vorzuliegen. Dem ist aber nur so, wenn die Kausalität einseitig aufgefasst wird. Preisbindungen und Uebersetzung können Ursache und Wirkung zugleich sein, beide können sich gegenseitig verstärken. Marbach pflegt dieses Beispiel als Beweis dafür anzusprechen, dass die kausale Wirtschaftsbetrachtung durch eine funktionale zu ersetzen sei, wenn die Vorgänge in der Wirtschaft einigermassen begriffen werden sollen.

II. SPEZIELLER TEIL.

(Beispiele kartelloider Preisbindungen.)

Die Preisbildungskommission des Eidg. Volkswirtschaftsdepartementes zu den kartelloiden Preisbindungen.

Die Kommission braucht den Begriff „kartelloid" nicht, da derselbe ja nur für vorliegende Arbeit Anwendung finden soll. Sie hat aber festgestellt, „dass sie bisher auf den Gebieten, auf welche sich ihre Untersuchungen erstreckten, mit einer einzigen Ausnahme noch keine freien Preise hatte feststellen können, und auch jene Ausnahme erwies sich bei ihrer nähern Prüfung als nicht berechtigt, da es sich zeigte, dass auch ohne ausdrückliche Abrede, auf dem Wege eines stillschweigenden Uebereinkommens eine einheitliche Gestaltung des Preises entstand. Die Preisbildungskommission weist daher ausdrücklich darauf hin, dass der psychologische Zwang, der innerhalb einer Berufsgruppe entstehen kann, ebenso stark preisbindend wirken kann, wie eine Abrede oder Konvention." (Töndury: Kostenrechnung im Einzelhandel, S. 9.)

Wir bringen nachstehend einzig die Resultate der Berichte der Preisbildungskommission, soweit sie die kartelloiden Bindungen betreffen.

Veröffentlichung Nr. 3 (Fleischpreise), S. 50:

„Unsere Erhebungen ergeben somit, dass von eigentlichen Preisabreden in grösserem Ausmasse und von der wirksamen Durchführung solcher Abreden, soweit sie in kleinerem Umfange versuchsweise eingeführt wurden, im Metzgereigewerbe nicht gesprochen werden kann. Es ist allerdings festzustellen, dass die Fleischpreise sich trotzdem nicht unbeeinflusst entwickeln, weil seitens der Metzgerorganisationen und namentlich durch die monatlichen Preiserhebungen des Metzgersekretariats und deren Publikation in der Metzgerzeitung sowie in der politischen Presse doch in gewissem Sinne eine einheitliche Preismeinung geschaffen wird. Die Metzgerorganisationen machen ihre Mitglieder ferner stets auf

die durch Viehpreisänderungen bedingten Fleichspreisänderungen aufmerksam, namentlich wenn die Viehpreise sich in aufsteigender Linie entwickeln. Durch die in den Metzgerfachkursen sowie in der Fachpresse von Zeit zu Zeit erfolgende Publikation des sogen. Unkostensatzes wird die Metzgerschaft ferner immer auf die S. 31 erwähnte Kalkulation hingewiesen. Auch dies trägt zur Bildung einer einheitlichen Preismeinung bei. Es zeigt sich, dass die Preisbindung auf Grund einheitlicher Preismeinung eine kartellmässige Preisabrede weitgehend zu ersetzen vermag. Wie sehr übrigens der ‚Unkostensatz' sich als feste Basis für den Aufbau der Fleischpreise nach dem Viehpreise eingebürgert hat, beweist der Umstand, dass man selbst in wissenschaftlichen Arbeiten von ‚Verlusten' spricht, wenn der angenommene Unkostensatz bei der Verwertung nicht gedeckt wird, obwohl darin schon ein Gewinn enthalten sein kann."

Veröffentlichung Nr. 6 (Kaffee):

Zunächst verweisen wir auf das Zitat auf S. 30 dieser Arbeit, welches wir diesem Bericht entnommen haben; sodann zitieren wir weiter a. a. O., S. 60:

„Unter das Kapital ‚Preisbindungen' fällt auch die Festsetzung von Richtpreisen (Minimalpreisen) seitens kantonaler oder regionaler Wirteverbände. Im Abschnitt ‚Kaffee im Gastwirtschaftsgewerbe' ist gezeigt worden, dass diese Minimalpreise im allgemeinen nicht unterschritten werden, auch dort nicht, wo diese Minimalpreise nicht durch Sanktionsdrohung (Konventionalstrafen, Vereinsausschluss usw.) geschützt sind. Die Richtpreise wirken in diesem Falle deshalb wie förmliche Preisabreden, weil die Preisbildung der Kontrolle der Berufskollegen unterliegt und die Namen der Unterbietenden in den Mitgliederversammlungen oder in der Fachpresse bekannt gegeben werden. An Stelle der vertraglichen Sanktion, etwa der Konventionalstrafe, tritt gewissermassen die moralische Sanktion der Mitgliederversammlung oder des Leserkreises der Fachzeitung."

Veröffentlichung Nr. 7 (Wein), S. 67:

„Trotzdem der Artikel Wein für Preisbindungen nicht sehr geeignet ist, suchen alle am Vertriebe beteiligten Glieder Richtpreise aufzustellen, um die Weinpreisgestaltung zu beeinflussen. Dabei kann festgestellt werden, dass zumal in der deutschen Schweiz die Preisbildung auf Grund einheitlicher Preismeinung eine kartellmässige Preisabrede weitgehend zu ersetzen vermag."

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Schuhmachergewerbe.

a) Daten der Verbandsgeschichte und die wirtschaftlichen Verhältnisse im Gewerbe.

Der Schweizerische Schuhmachermeister-Verband zählte 1928 laut Bericht der „Schweiz. Schuhmacherzeitung", 1928, S. 67, 86 Sektionen mit 1998 Mitgliedern; das seien ca. 25% aller Schuhmachermeister in der Schweiz.

Die Organisation entspricht der der meisten Berufsverbände. Die „Schweizerische Schuhmacherzeitung" ist offizielles Organ und Eigentum des Verbandes.

Wenn wir trotz der überwiegenden Mehrheit der Aussenseiter das Schuhmachergewerbe in unsere Untersuchungen einbeziehen, so geschieht das deshalb, weil gerade hier Wesen, Wirkung und namentlich die Grenzen kartelloider Preisbindungen deutlich in Erscheinung treten. Es handelt sich hier um einen Versuch, mittelst Tarifen und Beeinflussung der Kalkulation unter einer grossen Zahl kleiner und kleinster Meister und unter heterogenster betrieblicher Verhältnisse kartelloide Preisbindungen zu errichten.

> „Der erste Tarif entstand im Jahre 1910, welcher aber trotz seinen bescheidenen Ansätzen nicht eingehalten wurde. Nun kamen Aufschläge des Leders, des Lohnes, kürzere Arbeitszeit während des Krieges. Das waren dann die Gründe, im Jahre 1918 eigentliche Landestarife zu machen, die auch von den Organen des schweiz. Volkswirtschaftsdepartementes beraten und genehmigt wurden. Die Ansätze waren bescheiden, sicherten aber bei hinlänglicher Arbeit ein Auskommen." („Schuhmacherzeitung", 1925, S. 193.)

Im Jahre 1925 sah sich die Verbandsleitung, resp. eine besondere, seit 1918 bestehende Rechnungskommission veranlasst, Staffeltarife herauszugeben.

Welcher Art war nun das Feld, in welchem die Tarife wirken sollten?

1.

Vor dem letzten Viertel des vergangenen Jahrhunderts wurden die Schuhe vom Handwerker wirklich vom Schaft bis zur Sohle selbst verfertigt. Dann aber hielten die Fabrikschuhe, die „Konfektionsware", ihren Siegeszug. Während des Krieges, als auch die Preise der Konfektionswaren hochstanden, kam die Massarbeit wieder etwas mehr zur Geltung, um dann in der Nachkriegszeit gänzlich verdrängt zu werden. Heute wird Massarbeit nur noch für einen Teil der Militärschuhe, Bergschuhe und für anormale Modelle verlangt, und „90% aller Betriebe" („Schuhmacherzeitung", 1928, S. 238) beshäftigen sich ausschliesslich mit der Reparatur.

2.

Das Reparaturgeschäft selbst erfuhr, namentlich in der Nachkriegszeit, Verfahrensänderungen. Es handelte sich nicht einzig um die heute so wichtigen Kittverfahren, sondern es mussten auch Mittel und Wege gesucht werden, um die Reparaturarbeit so zu gestalten, dass sich diese für die billige Konfektionsware, sowohl für den Schuhmacher als auch für den Kunden, lohnte. Der Schuhmachermeisterverband hat in dieser Beziehung nicht nur für seine Mitglieder, sondern ebensosehr für die Aussenseiter Grosses geleistet.

3.

Mit der Verbreitung der Konfektionsschuhe ging ein grosser und wichtiger Teil der Aufträge für das Handwerk verloren. Es machte sich bald eine Ueberfüllung des Berufes bemerkbar, trotzdem ein grosser Teil der Berufsleute in den Fabriken Aufnahme fanden.

Während des Krieges, als die ausländischen Arbeitskräfte abwanderten und viele schweizerische Schuhmacher zum Grenzdienst eingezogen wurden, entstand Mangel an Leuten. Und da zudem der steigenden Preise und anderer Umstände wegen das Handwerk wieder seinen goldenen Boden fand, erfolgte ein grosser Zudrang zu diesem Beruf, und die Ausbildung von Lehrlingen überstieg rasch die angemessene Quote. Nach dem Kriege stellten die Wehrmänner ihre Kraft wieder dem Handwerk zur Verfügung. Die Preise der Konfektionswaren begannen zu sinken. Die Schuhfabriken stellten sich auf billige Produkte um. Es lohnte sich nicht mehr für billige Schuhe teure Reparaturen zu bezahlen. Die Aufträge für den Schuhmacher nahmen ab. Eine grosse Uebersetzung des Gewerbes war wieder da.

Die Ausnützung der Arbeitskapazität wird 1929 in der „Schuhmacherzeitung", S. 245, wie folgt berechnet:

Arbeitskapazität pro Mann und Tag 4 Paar Grossreparatur.
Einwohner der Schweiz 4,000,000
Schuhmacher, einschliesslich Gesellen und Lehrlinge 12,000
Berechnet man pro Einwohner im Jahr:
1 Paar Grossreparatur, so erhält jede Arbeitskraft 333 Paar
2 „ „ „ „ „ „ 666 „
3 „ „ „ „ „ „ 1000 „

Die Besohlanstalten sind eingerechnet.

Ausnützung der Arbeitskapazität bloss 66%.

4.

Der Schuhmacher in ausschliesslich landwirtschaftlichen Gebieten kann wegen ungenügender Aufträge nicht von seinem Beruf allein leben und ist deshalb auf Nebenerwerb (kleiner landwirtschaftlicher Betrieb etc.) angewiesen. Dieser Umstand erschwert die ohnehin komplexe Kalkulation, indem der Nebenerwerb nicht vom beruflichen geschieden wird. Dazu kommt eine bescheidene Lebenshaltung und grosse Genügsamkeit, also Umstände, die wiederum der Hebung eines Standes mittelst Preispolitik nicht besonders günstig sind. Tatsache ist, dass bis in den Anfang der Kriegszeit hinein der Schuhmacher in ländlichen Gegenden für seine Arbeit nicht verlangte, was er hätte verlangen dürfen, und was auch bezahlt worden wäre.

5.

Die Arbeiten und betrieblichen Verhältnisse in diesem Gewerbe sind derart vielgestaltig, dass eine Gleichrichtung kaum möglich ist; trotzdem hat es an diesbezüglichen Versuchen seitens des Verbandes nicht gefehlt. Immerhin haben die neu eingeführten Verfahren, welche meist in vom Verband organisierten Kursen gelehrt wurden, einen kleinen Wandel geschaffen.

b) Der Tarifaufbau.

Es handelt sich um die Darlegung der objektiven Selbstkosten für die verschiedenen Arbeiten. Die Arbeiten werden so genau wie möglich umschrieben und die durchschnittlichen Kosten hin-

gesetzt; und zwar geschieht es in didaktisch derart geschickter Weise, dass selbst der, welcher für Kalkulation etc. wenig Sinn hat, es verstehen muss.

Wir bringen den Kostenaufbau für ein Paar neu zu verfertigende Schuhe, wie er dem Tarif von 1910, aber auch allen später erschienenen, zugrunde liegt, und den wir der „Schweiz. Schuhmacherzeitung", 1918, S. 268 ff., entnehmen. (Genaue Wiedergabe, aber mit Umstellungen und Auslassung des Unwesentlichen.)

„Bei Berechnung des Lieferpreises kommen von Fall zu Fall in Betracht:"

1. *Die Materialkosten:*

der Schäfte

(Anschaffungspreis plus Porti; bei Selbstverfertigung der Erstellerpreis.)

des Besohlmaterials,

der Zutaten.

Bei Extraarbeiten (anormale Füsse): Kosten der Leisten, des Korkes, besondere Zutaten.

2. *Löhne.*

Lohn des Meisters oder seines Stellvertreters

(Lohn für Vorarbeit, Aufsicht, Nacharbeit, Leistenrichten, Modellschneiden, Bodenlederschneiden.)

Nur die Arbeit, nicht die Zutaten (sub. Ziff. 1), nicht unter 80 Rp. (1910), mindestens aber ein Drittel des Lohnes für den Bodenarbeiter.

Lohn des Bodenarbeiters

(tarifmässiger Stücklohn oder nach Zeitaufwand berechnet.)
Auch wenn der Meister allein arbeitet, soll er einen Arbeitslohn für sich berechnen.

3. *Der Anteil der Geschäftsunkosten:*

nach Massgabe des Umsatzes, bzw. des Verkaufspreises (eventuell nach Arbeitsstunden.)

Siehe unten!

4. *Der zu erzielende Geschäftsgewinn:*

(Verdienstzuschlag) prozentual nach den Selbstkosten und nach Massgabe des künstlerischen Wertes und des geringeren und grösseren Risikos.

Die Geschäftsunkosten

bestehen aus:

1. *Ausgaben für die Verzinsung des Betriebskapitals.*

Ferner:
„Das Kapital, das durch den Inventarwert an

Einrichtungen, Materialien, Maschinen und Werkzeugen

ausgewiesen ist, würde auf der Bank liegend Zins tragen. Der Zins liefe aber ohne dass etwas geleistet würde. Soll nun das Kapital keinen Zins abwerfen? Doch wohl ebenfalls.

1% mehr als die Bank bezahlt ist, weil grösseres Risiko, angemessen." (d. h. nicht nur die Verzinsung des fremden, sondern auch des eigenen Kapitals soll eingesetzt werden.)

2. *Verzinsung (Miete), Unterhalt, Heizung und Beleuchtung der Geschäftslokale.*

3. *Die Amortisationen für*

Maschinen, Werkzeuge, Leistenmaterial.

Im ersten Jahr ein Viertel bis ein Drittel des Einstandswertes, nachher jährlich 10%.

4. *Verluste:*
durch Minderwert der verpassten Schuhe etc.
durch Verluste bei Kunden.

5. *Belohnung:*
des Ausläufers, des weitern Hilfspersonals (auch für die Arbeit der Familienangehörigen), Trinkgelder.

6. *Auslagen* für Buchführung, Korrespondenz, Reklame.

7. *Einkommens- oder Gewerbesteuern.*

8. *Versicherungsprämien.*

Die Aufrechnung.

Das Mittel aus mehreren Jahren gilt als Norm. Die Aufrechnung auf jede einzelne Arbeit geschieht auf den Wert der fertigen Arbeit.

Beispiel:

Geschäftsunkosten des vergangenen Jahres . . . . . Fr. 960.—
Jährlicher Umsatz des Geschäftes . . . . . „ 12,000.—
Geschäftsunkosten = 8% des Umsatzes.
(Im Schuhmacherbetrieb rechnet man 5 bis 15% des Umsatzes.)

Der Gewinnzuschlag.

zum Teil auch Anrechnung des Risikos, ist bei komplizierten Arbeiten höher anzusetzen als bei einfacheren.

„Der Geschäftsgewinn sollte in der Regel 15% betragen, soviel verdient im Minimum der reelle Schuhhändler beim Vertrieb von Schuhwaren.

Es ist zu unterscheiden zwischen Brutto- und Nettoertrag.

Beispiel:

Selbstkosten	Fr. 20.—
15% Gewinnzuschlag	„ 3.—
Total	Fr. 23.—

Fr. 3.— sind aber nur 13% von Fr. 23.—.

Ausweg:

Es wären 15% vom Bruttopreis, den wir aber nicht kennen, zu rechnen. Deshalb ist es besser, 20% auf die Selbstkosten zu schlagen, selbst auf die Gefahr (?) hin, dass wir dann 16½% verdienen."

(Nach einer älteren Methode sei der Zurichtlohn und Meisterverdienst in einem Posten enthalten gewesen. Dann hätten 25—33% zu den Erstellungskosten geschlagen werden müssen.)

Der Lohn des Meisters wird direkt aufgerechnet; die Verzinsung des fremden und eigenen Kapitals ist im Unkostenzuschlag enthalten, ebenso ein Teil der Risiken. Der Gewinnzuschlag enthält also die Risikoprämien für flauen Geschäftsgang, für Verluste auf dem Rohmaterial bei Preisstürzen und Entwertung des Kapitals durch ausserordentliche Geschehnisse, sowie die Rücklage für das Alter. Wenn ich jeweils Schuhmacher nach der Bedeutung des Meisternutzens fragte, so erhielt ich dem Sinne nach immer dieselbe Antwort: Der Meisternutzen ist für das Risiko, für das Wagnis, ein eigenes Geschäft zu führen, „es ist der Verdienst, den man hat, wer riskiert, gewinnt oder verliert."

c) Die Preisbindungen durch die Tarife.

Wir haben bereits die grosse Verschiedenheit in den betrieblichen Verhältnissen kurz erwähnt.

„Die Produktionsverhältnisse sind nicht überall gleich, nicht einmal in ein und derselben Sektion. Bei den Müllern und Bäckern ist es einfach, Mehl ist Mehl, Brot ist Brot, gleiche Qualitäten und Quantitäten. Bei den Schuhmachern dagegen sind hundertfach verschiedene Aufträge, anderes Material, andere Machart, verschiedene Zeitaufwendungen." (Schuhmacherzeitung, 1929, S. 386.)

Unter solchen Umständen war es äusserst schwierig, Tarife aufzustellen, geschweige denn, die Anwendung solcher zu erreichen.

Während vielen Jahren schwebte den meisten Mitgliedern des Verbandes ein Einheitstarif vor, d. h. ein einziger Tarif für ein grösseres geographisches Gebiet.

„Die Aufgabe dieser (Berechnungs-)Kommission wird es sein müssen, zunächst Normen für die Kalkulation aufzustellen, sodann Richtpreise auszuarbeiten, d. h. einen Tarif erstellen, sodann (durch geeignete Vor-

schläge an die Delegiertenversammlung) dafür sorgen, dass die Grundsätze und Preise von den Verbandsmitgliedern eingehalten werden müssen. (Verwendung von Strafen.) „Schuhmacherzeitung", 1919, S. 26.

„Allemal, wenn in den letzten Jahren ein Tarif ausgeteilt wurde, war er bereits durch Materialpreissteigerung überholt. ... Er (der Schuhmacher) sieht, dass er nur die Unkosten aus den höhern Preisen herausschlägt, nicht aber den dringlich erforderlichen höhern Verdienst, wenigstens nicht in genügendem Masse.

Bei den Preisfestsetzungen hielt man es mit den örtlichen Verhältnissen; es ging fast jede Sektion für sich vor, und doch wäre allgemeine Aufklärung und einheitliches Handeln am Platze gewesen." („Schuhmacherzeitung", 1918, S. 189.)

Bis in die Kriegszeit hinein wurden die Tarife ignoriert, und zwar nicht nur von den Aussenseitern, sondern auch von vielen Verbandsmitgliedern, was Zwietracht in die Verbandssektionen brachte. Der Tarif von 1910 wurde nicht in seinen Grundlagen, wohl aber in seinen Ansätzen während des Krieges überholt. Als Ersatz arbeiteten einige Sektionen oder Landesteile eigene Tarife aus, bis dann gegen das Ende des Krieges eine zentrale Berechnungskommission ernannt wurde, um einen neuen Tarif auszuarbeiten. In erster Linie hatte sie einen Tarif für Militärschuhe aufzustellen, was auch sogleich geschah. Durch die Anerkennung dieses Tarifes durch die Militärbehörden entstand, nicht formell aber faktisch, ein Submissionskartell. Für die übrigen Arbeiten entstanden ebenfalls neue Tarife. In Zeitungsartikeln, Broschüren, Vorträgen, Diskussionen etc. wurde versucht, den Geist der Tarife nicht nur unter den Verbandsmitgliedern, sondern auch unter den Aussenseitern zu verbreiten. Immer noch blieb die Meinung, dass die Preise für ein und dieselbe Arbeit in jedem Betrieb gleich gross sein müssen.

Die sich rasch folgenden Preisschwankungen und die Strukturwandlungen im Handwerk während der Nachkriegszeit führten schliesslich zur Herausgabe eines Dreistaffeltarifes, immer noch in der Meinung, dass die Sektionen die ihnen dienliche Staffel auszuwählen und einheitlich und strikte anzuwenden hätten.

„Die Staffeltarife sind nun aber vielfach so verstanden worden, als könne man, ohne bei den Kollegen Anstoss zu erregen, die Preise allgemein niedriger halten. („Schuhmacherzeitung", 1928, S. 89.)

Immerhin sind die Tarife in mehreren Sektionen als verbindlich erklärt worden. Wir bringen hierzu einige Beispiele (aus der „Schuhmacherzeitung" entnommen), müssen sie aber nach der Zeit vor und nach 1923 scheiden, aus Gründen, die weiter unten zu erörtern sind.

Vor 1923.

Zirkular einer Sektion. „Durch Teuerung sahen wir uns genötigt, einen neuen, den veränderten Verhältnissen angepassten Minimaltarif für Schuhe nach Mass und Reparaturen auszuarbeiten. Die Kalkulation wurde zweckmässig und gemeinsam gemacht durch die erprobtesten Berufskollegen der Stadt und Umgebung.

Es sind besondere Positionen für die Bedürfnisse des Landes eingeflochten worden.

Für die Schuhmacher der Stadt ist die Anschaffung unseres Einheitstarifes bereits etwas Selbstverständliches. Die Kollegen vom Land dagegen wollen wir durch Berücksichtigung ihrer besondern Wünsche veranlassen, das schöne Beispiel der Stadt nachzumachen. Sodann möchten wir Sie im Interesse eines geschlossenen Vorgehens in möglichst weitem Umkreise dringend bitten, sich mit den Kollegen Ihrer Gemeinde oder Nachbarschaft ins Einvernehmen zu setzen, um zu bewirken, dass jeder sich einen Tarif beschaffe und zur Grundlage seiner Berechnung mache. Es ist Pflicht eines jeden, dem Einheitstarif Geltung zu verschaffen." Es folgt der Hinweis auf die Organisationen der andern Handwerker, der Unternehmer, der Bauern und der Arbeiter (a. a. O., 1918, S. 87).

Korrespondenz aus einer Sektion. „Da der vor Jahresfrist beschlossene Tarif durch die weitere Teuerung revisionsbedürftig geworden ist, erhielt die erstmals gewählte Tarifkommission den Auftrag, denselben umzuarbeiten und der Generalversammlung einen diesbezüglichen Entwurf vorzulegen. Die Kommission einigte sich auf den ostschweizerischen Tarif, welcher von den Sektionen W..., E..., S... etc. eingeführt worden ist und empfahl denselben den Kollegen zur Annahme. Nach reger Diskussion wurde der Antrag der Kommission einstimmig angenommen und somit der Tarif beschlossen. (A. a. O., 1918, S. 71.)

„Die Tarifrevision fand leichthin die Genehmigung. Auf Antrag des Vorstandes über getreues Innehalten der Tarifsätze auf Ehrenwort, wurde von allen Anwesenden die eigenhändige Unterschrift gesetzt." (Korrespondenz, a. a. O., 1919, Nr. 2.)

Nach 1923.

Korrespondenzen aus verschiedenen Verbandssektionen, a. a. O., 1928, Nr. 3:

„Der Staffeltarif B fand sofortigen Absatz und müssen noch weitere bestellt werden. Der Präsident ersuchte um strikte Einhaltung der Tarife, da ein Lederaufschlag in Aussicht steht."

„Es wurde bestimmt, dass unbedingt die zwei Abstufungen laut C-Tarif einzuhalten seien. Es wäre ja eine Erholung wegen des Lederpreisaufschlages gerechtfertigt."

„Kollege Z. stellt den Antrag, eine Preiserhöhung sofort in Kraft treten zu lassen, was auch einstimmig beschlossen wurde."

(A. a. O., 1930, S. 23.) „In der darauffolgenden Diskussion ... zeigte es sich, dass in S... und Umgebung trotz der Konkurrenz noch eine frohe Kampfesstimmung vorhanden ist, und wir absolut nicht geneigt sind, vor der Konkurrenz zu kapitulieren. Im Gegenteil, unsere Tarifgemeinschaft, welche ja das Minimum an Verdienst darstellt, ist hoch zu halten."

Die starre Auffassung, dass die Tarife strikte, dem Buchstaben gemäss, innezuhalten seien, bringt immer wieder Streit unter die Mitglieder. Bereits 1925 wies ein Artikel in der „Schuhmacherzeitung" (S. 416) auf den unter den obwaltenden Umständen einzigen Weg hin:

„Wenn der tüchtige und einsichtige Nichtorganisierte sich nur deshalb weigern sollte, einem Verein beizutreten, um frei kalkulieren zu können und nicht an die Tarifgemeinschaft gebunden zu sein, so muss man von ihm lernen, dass die Tarife kein „Rührmichnichtan" und die Tarifgemeinschaft kein engherzig beschränktes Gebilde sein sollte. Man soll in Tarifgemeinschaften immer mehr wieder die gemeinsame Kalkulation pflegen und bedenken, dass der Buchstabe töten kann, der Geist aber lebendig macht. Wir wollen und müssen verdienen. Was man will, sind nicht Hochtarife, sondern das, dass der Schuhmacher verdiene."

Vier Jahre später hiess es dann in der nämlichen Zeitung, von der Verbandsbehörde geschrieben (a. a. O., 1929, S. 386):

„Der Versuch der Tarifgemeinschaften ist jämmerlich gescheitert. Viele Streitigkeiten und Uneinigkeiten im Laufe der Jahre hätten vermieden werden können, wenn man dies rechtzeitig erkannt hätte.

Noch viele träumen den Traum der Tarifgemeinschaften, möchten an Einheitspreisen festhalten ..."

„Man könnte nun glauben, wir unterschätzten den Wert der Tarife. Die Aufgabe der Verbandsleitung und Rechnungskommission ist und bleibt: Die Mitglieder zu einer richtigen Kalkulation der Arbeiten von Fall zu Fall zu erziehen; ist es doch traditionell, dass die Masse der Schuhmacher nicht zu berechnen versteht. Würde man allgemein stets richtig rechnen, so brauchte man gar keine Tarife. Sie (die Tarife) sind als Erziehungsmittel zu taxieren, als Mittel, Vergleiche aufzustellen, Rückgratsstärkung, wie sich ein bekannter Kollege ausdrückt.

Absolute Gültigkeit in allen Fällen ist den Tarifen abzusprechen."

Nach den Verirrungen ist man schliesslich zu der Auffassung gelangt, dass die Tarife einzig als Richtschnur für die Kalkulation und als Richtpreise, nicht im Sinne von Mindestpreisen, verwendet werden können.

„Der Ruf nach Richtpreisen und Anwendung von ortsüblichen Mindestpreisen ertönt an den meisten Orten immer mehr. Ein genügender Schutz durch die Behörden fehlt. ...

Zur Berechnung unserer neuen Staffelpreistarifen haben wir drei Lederqualitäten, also drei Preislagen angenommen, nämlich Couponpreise von Fr. 12.— für I. Qualität, Fr. 9.— für II. Qualität und Fr. 7.— für III. Qualität. Wir wissen wohl, dass aufwärts und abwärts die Lederpreise im Handel Anwendung finden, und wir haben nach Möglichkeit mittlere Ansätze gewählt. Die im neuen Preistarif aufgeführten Berechnungen sollen wieder als Schulbeispiele dienen, wie das auch bei früheren Ausgaben der Fall war." („Schuhmacherzeitung", 1930, S. 211.)

„Die mit vielen Kosten verbundene Herstellung neuer Staffeltarife bedeutet eine Aktion zur Aufklärung über die Preise, die sich aus Berech-

nungen auf Grund der derzeitigen Materialkosten ergeben. Unter Tarif C sollte nirgends geliefert werden und da, wo die Geschäftsunkosten und Löhne höher sind, die Tarife A und B in Anwendung kommen.

Es ist nun Sache der Sektionen, zu den Tarifen Stellung zu nehmen, bzw. die Wahl zu treffen, welcher der Tarife gelten und einheitlich eingeführt werden soll." (A. a. O., 1930, S. 273.)

d) Die Beeinflussung der Kalkulation.

Auf diesem Gebiete hat der Verband eine Titanenarbeit geleistet. Neben den ständigen Hinweisen auf die Tarife wurden die Kalkulationsprinzipien propagiert, Musterbeispiele der Kalkulation gezeigt usw. Wir bringen zur Veranschaulichung einige Auszüge aus Zeitungsartikeln, Vorträgen, Diskussionen etc. (alle aus der „Schweiz. Schuhmacherzeitung" entnommen).

(A. a. O., 1918, S. 280): „Unsere Zeit steht unter dem Zeichen sozialen Fortschrittes. Sorgen auch wir in den Jahren voller Arbeitskraft für das Alter vor! ...

Wo man auf einmal die richtigen Preise nicht ohne das Risiko, einen grossen Teil der Aufträge einzubüssen, durchsetzen kann, muss man systematisch nach oben gehen, jetzt 2 bis 3 Franken, in einem Jahr wieder einen und so fort, bis richtige Preise errechnet sind.

Sparen an Material und Arbeit ist nur sehr beschränkt möglich, und um billiger liefern zu können, ausgeschlossen."

Kollege B. ...: Es seien die Stundensätze, in denen Unkosten enthalten sind, zu halten, so wie sie von der Berechnungskommission angegeben sind. In andern Berufsarten sind noch wesentlich höhere Stundensätze auskalkuliert."

(A. a. O., 1928, S. 83): „Die sog. Staffeltarife in Heftform werden durch die neuen Plakattarife nicht ersetzt, denn die letztern enthalten nur eine, die höchste Staffel, die angesichts der Lederpreissteigerung einzuhalten für wirkliche Qualitätsarbeit aus bestem Material geboten ist ... Die untern Staffeln, auf die man bisher vielfach hinuntergegangen ist, und zwar vielfach ohne Not, können nur angewendet werden bei Verwendung leichten oder billigeren Materials, d. h. wenn die Selbstkosten ermässigt werden können."

(A. a. O., 1928, S. 68, in Grossdruck am Kopfe der Zeitung.) „Das Leder ist teurer, ja erheblich teurer geworden; die Preise müssen nun alle wieder nach aufwärts korrigiert werden. Mit diesem Aufruf will die Berechnungskommission und der L. A. alle Kollegen zur Tat ermahnen, damit wir die Mehrkosten unseres hauptsächlichsten Rohmaterials nicht selber tragen müssen. Darum hinauf mit den Preisen!"

(A. a. O., 1929, S. 407): „Die Tarifgemeinschaft muss in der geistigen Einstellung bestehen, im Prinzip verdienen zu wollen, die Preise einzuhalten, bei denen bei gleichem Leistungs- und Materialaufwand auch jeder andere Kollege bestehen kann.

Entweder kann man an einer Arbeit verdienen, oder man lehnt sie ab. Von Preisunterbietungen darf erst dann die Rede sein, wenn gegen diese Prinzipien verstossen wird."

(A. a. O., 1930, S. 211.) „Die Berechnungskommission empfiehlt der Delegiertenversammlung ... eine Revision der bisher gültigen Preistarife zu beschliessen und im ganzen Lande durchzuführen. Ferner eine Kampfes- oder Konkurrenzposition in einfacher Ausführung zu billigen Preisen zu schaffen, um so im Kampf gegen die mechanischen Betriebe, welche die Preise unterbieten und so den Preisabbau vorzeitig beschleunigen, besser Stellung nehmen und die alten Kunden besser an sich ziehen zu können."

(A. a. O., 1929, S. 244): „Da wir den Aufschlag des letzten Jahres wohl alle wegen der Ungunst der wirtschaftlichen Verhältnisse selber tragen mussten, so wird es wohl keinem von Ihnen einfallen, dem heutigen kleinen Rückgang der Lederpreise den geltenden Tarifpreis zu korrigieren. ... Es empfiehlt sich, billigere Lederqualitäten zu verwenden, um noch etwas verdienen zu können."

(A. a. O., 1928, Nr. 1): „Die Sektion B... hat vor einiger Zeit die Anregung gemacht, es möchten die Preise für Rohgummibesohlung durch die Berechnungskommission errechnet und festgelegt werden. ... Die Berechnungskommission ist einstimmig der Ansicht, dass die Preise für Rohgummibesohlung gleich anzusetzen seien, wie die in den Tarifen niedergelegten Preise für Rahmenarbeiten, jedoch unter Extraberechnung der Fundamentreparaturen im Zeitlohn." ...

Sehr erfolgreich war die Beeinflussung stets bei der Einführung neuer Verfahren, indem Verbandsmitglied, wie Aussenseiter, für einige Zeit wenigstens, auf die Berechnungen des Verbandes angewiesen waren. Ebenso verhielt es sich, als der Verband dahin wirken musste, dass für die Reparatur von Konfektionsware, entgegen dem Brauch, billigeres (angemessenes) Material verwendet wurde. Dadurch wurde nebst einer notwendigen Umstellung eine Preisbindung und Verdienstverbesserung ohne Tarifänderung erreicht.

Eine wichtige Rolle spielen bei allen Tarifsystemen die Zuschläge, die bei Veränderung der Marktlage in Anwendung kommen. Die Zuschläge sind Durchschnittswerte, welche nur von wenigen Schuhmachern selbständig errechnet werden können, weshalb sie willig übernommen und angewendet werden, und zwar auch durch die Aussenseiter.

Beispiele:

Ein Meister empfindet Gewissensbisse, den Gewinnzuschlag bei stark gestiegenen Selbstkosten beizubehalten und nicht zu senken. (A. a. O., 1918, S. 7.) Die Redaktion belehrt ihn eines andern: „ ... Wir wollen zuerst die Frage in Angriff nehmen, ob der Handwerker berechtigt sei, die Konjunktur auszunützen, wie es für alle andern Geschäftsleute selbstverständlich ist ... Der Verdienst muss heute höher sein als vor dem Kriege ... Die Verteuerung der Lebenshaltung beträgt heute 80%, der Verdienst muss also 80 bis 100% höher sein als früher." Es folgt ein Hinweis auf die Lohnarbeiter, welche ihr Einkommen der Teuerung nicht anpassen können, was auf die Dauer zu Verarmung und ökonomischer

Widerstandslosigkeit führe. Wer aber als Selbständigerwerbender es in der Hand hat, seine Einnahmen den Ausgaben anzupassen, wird es tun, muss es tun als richtiger Oekonom.

Der konkrete Fall:	heute	früher
Materialkosten und Arbeitslöhne . . .	Fr. 45.—	Fr. 23.—
Geschäftsunkosten früher 10%		Fr. 2.30
heute 40% höher (40% v. 2.30)	2.30 plus 92 Rp. . .	Fr. 3.20

Fr. 3.20 ist aber bloss 7% von Fr. 45.—.

Wäre der Gesamtumsatz wie vor dem Krieg, die Geschäftsunkosten aber doch 40% höher, so müsste dafür 14 bis 15% zu den Fr. 45 geschlagen werden.

Nehmen wir nun an, der Verdienstzuschlag erfolge heute noch wie früher mit 25% zu den Selbstkosten, so käme in Betracht:

	vor dem Krieg	heute
25% Zuschlag	Fr. 6.35	Fr. 12.—

Bei dieser Berechnung käme eine Vermehrung des Verdienstes von Fr. 5.65 heraus, oder, vorausgesetzt, dass alle Arbeiten nach dem gleichen System kalkuliert würden, von ca. 80% (genau 81%).

Um soviel, sagten wir, sei die Lebenshaltung teurer geworden, folglich reicht die Mehreinnahme gerade aus zu einer richtigen Oekonomie des Haushaltes, und es braucht sich niemand Skrupel zu machen, er verdiene zu viel, wenn er heute nach gleichem Prozentsatz rechnet wie früher."

Nachdem die Möglichkeit von Arbeitermangel und Ledermangel, die Notwendigkeit der Reservebildung für schlechtere Zeiten erwähnt werden, heisst es im weitern: „Man muss also logischerweise die Konjunkturen ausnützen, um die Zeiten der Krisen überwinden zu können."

(A. a. O., 1918, S. 268, Kommentar zum Winterthurer Tarif):

„Wo die Verhältnisse höhere Preise leicht gestatten, wird man also einige Prozente höher gehen dürfen, und da, wo die Preise noch niedriger waren, sollte man sich um so mehr auf die Tarifsätze berufen und sie einhalten ... Der Tarif eignet sich natürlich nur da zur Bekanntgabe, resp. zum Aufhängen in der Werkstatt, wo die Ansätze, d. h. die ortsüblichen Preise, nicht höher stehen."

(A. a. O., 1918, S. 88, Korrespondenz aus einer Sektion):

„Die Tarife vom 2. September 1917 wurden um 10% erhöht und soll jedem Mitglied ein fertiger Tarif gratis zugesandt werden."

e) Die Stützen zur Durchführung der Preisbindungen.

Die Verbindlichkeit der Tarife

ist in den Statuten des Schweizerischen Schuhmachermeisterverbandes nicht direkt stipuliert.

„In den Statuten ist von Tarifgemeinschaften nirgends ausdrücklich die Rede. Aus Art. 28, der von der Berechnungsstelle handelt, könnte man allerdings die Absicht, Tarifgemeinschaften ins Leben zu rufen, herauslesen. Auch Art. 36, der von Konventionalstrafen wegen Nichtbefolgung wichtiger Beschlüsse der Delegiertenversammlung handelt, ist so abgefasst, dass man den Willen zur Schaffung von Tarifgemeinschaften nur vermuten kann; es heisst dort: ‚Tarife für gelieferte Arbeit, deren Nichtinnehaltung unter Konventionalstrafe gestellt ist, etc. Der

Gedanke der Tarifgemeinschaften ist beim Verfasser wohl vorhanden gewesen. Die Delegiertenversammlung hat indes nie derart weitgehende Beschlüsse gefasst. Die Staffeltarife A. B. C. weisen auf die Absicht hin, Tarifgemeinschaften in den Sektionen zu inaugurieren. Einzelne Sektionen haben es auch getan." (A. a. O., 1928, S. 386.)

Selbst wenn die Statuten die Innehaltung der Tarife fordern und die Missachtung mit Busse belegen würden, wäre die Ausführung der Sanktionen inopportun. Es bleiben einzig die für kartelloide Preisbindungen typischen Durchführungsmittel: Hebung des Standesbewusstseins, Gleichrichtung einer möglichst grossen Zahl von Interessen, Aufklärung, sowie moralischer und wirtschaftlicher Druck.

„Alle wird man nie in den Verband aufnehmen können, wenn man von Zwang absehen muss. Aber durch Aufklärung und gelinden moralischen Druck lässt sich noch manches machen." (A. a. O—, 1919, S. 28.)

Die Hebung des Standesbewusstseins

ist eine wichtige Voraussetzung für jede Preispolitik, genau gleich wie für die Lohnpolitik der Gewerkschaften. Bei den Verhältnissen, wie sie im Schuhmachergewerbe herrschen, ist eine solche Aktion wirklich notwendig. Wir bringen einige Beispiele aus der „Schweiz. Schuhmacherzeitung":

„Die alten, wenig ehrenhaften Mißstände verabschiedend, ging er (der Referent) über zur Begrüssung der bedeutend bessern sozialen Verhältnisse, die sich allmählich in unserem Beruf einführten.

Der Referent weist deutlich nach, dass unsere allzu niedrigen Preise vom sozialpolitischen Standpunkt aus nicht gerechtfertigt seien, dass es Pflicht jedes Kollegen sei, die Preise seiner Produkte mit denjenigen der Materialien, Lebensmittel, wie auch der Arbeitslöhne möglichst in Einklang zu bringen." (A. a. O., 1918, S. 40.)

„Eine geregelte, gut ausgenützte Arbeitszeit innehalten! Rechnen und zwar richtig rechnen, so rechnen, dass der Schuhmachermeister seiner Familie das gleiche bieten kann, wie z. B. ein Herr Pfarrer oder ... ein ... Herr Lehrer. Auch unsere Familie soll feine ‚Härdöpfelrösti' essen können und ebenso schöne Kleider haben können wie diejenige jener Leute! ... Zusammenhalten, die Preise innehalten! und wenn die Kundschaft findet, es sei zu teuer, so soll sie die Schuhe selbst flicken." (A. a. O., 1918, S. 282.)

„Unsere Bewegung muss sich jetzt bewähren und die rückläufige Bewegung aufhalten. Wohin käme es, wenn es nicht gelänge, die Preise aufrecht zu erhalten! An der noch verbleibenden Arbeit muss verdient werden. Sehen wir uns nur um, wie andere Handwerker zu rechnen verstehen und sich solidarisch verhalten!" (A. a. O., 1925, S. 53.)

Die moralischen Druckmittel.

Im Jahre 1918 prangert eine Sektion ihre Nachbarin wegen der Berechnung der Militärschuhlieferungen folgendermassen an:

„Woher also diese grossen Differenzen (30%, Fr. 14.— pro Paar)? Von Geschäftsunkosten und Verdienstzuschlag und Risiko, von einem Posten für Vorrichtung und Fertigmachen war offenbar von den ... nichts in die Kalkulation eingesetzt. ... Wie alle Preispfuscher rechnen sie nur mit dem Lohn des Arbeiters, aber nicht als Meister und Geschäftsinhaber. ...“ (A. a. O., 1918, S. 232.)

Auseinandersetzungen, wie sie im folgenden Versammlungsbericht angekündigt werden, spielen sich immer und immer wieder ab, besonders in Zeiten sinkender Preise.

„Nach reger Diskussion wurde beschlossen, für die unteren Gemeinden Tarif C, für R... Tarif B und C strikte und geschlossen durchzuhalten, und mit den Verhältnissen, wie es von Verbandskollegen gemacht wird, gründlich abzurechnen und nicht in die Vorkriegszeit zurückzufallen.“ (A. a. O., 1928, S. 90.)

Auch die zentralen Verbandsbehörden sind nie müssig: (a. a. O., 1925, S. 244):

„Jeder Preisabschlag ist meldepflichtig an den Zentralvorstand.“

Neben den gemeinsamen Publikationen von Preisen, Preiserhöhungen und Preisabschlägen in Tagesblättern wird auch etwa versucht, auf letztere in bestimmter Weise einzuwirken:

„Am ... haben wir gegen Preisunterbietungen Stellung genommen und erreicht, dass die Zeitungen Inserate mit Schundpreisen nicht mehr aufnehmen.“ (A. a. O., 1928, S. 89.)

Die wirtschaftlichen Druckmittel.

Der Schuhmachermeisterverband hat ihrer nicht viele zur Verfügung, obwohl es ja weniger auf die Zahl, als vielmehr auf die Wirkung ankommt. Letztere ist nun allerdings gehemmt durch die besondern Verhältnisse, die im Gewerbe vorherrschen.

„Als wertvolle Errungenschaft unserer Organisation verzeichnen wir seit Jahren die Möglichkeit, gemeinsame Lieferung von Marschschuhen an die Kriegstechnische Abteilung des Bundes durchführen zu können.“ (A. a. O., 1928, Nr. 1.)

Die für die Marschschuhlieferungen notwendigen Verträge werden vom Verband zugunsten seiner Mitglieder abgeschlossen. Wer sich von den Mitgliedern an solchen Arbeiten beteiligt, weiss sehr wohl, was er dem Verband zu verdanken hat. Er wird u. a. zum eifrigen Pionier auch in der Tarifpolitik und Werbung.

Durch die Sperrung der Tarife für Aussenseiter wird versucht, letztere zum Anschluss zu bringen.

„An Nichtmitglieder werden Tarife grundsätzlich nicht abgegeben, auch nicht gegen Bezahlung.“ (Beschluss des Zentralvorstandes.)

Auch an Einwirkungen auf die Lieferanten, zwecks Mithilfe im Kampfe gegen die „Schleuderkonkurrenz" (Stützung von Preisbindungen) fehlt es nicht. Bereits 1925 (a. a. O., S. 244) wurde folgende Anregung gemacht:

„Hier (auf die Schmutzkonkurrenz) sollten wir ein wachsames Auge haben und Lieferanten solcher Schmutzkonkurrenten ausfindig machen, damit wir dieselben an unsern Zusammenkünften nennen könnten, und so die Herren öffentlich als Schädlinge unseres Berufes an den Pranger gestellt würden. Wir könnten uns dann bei unsern Einkäufen um so leichter daran erinnern."

Im Jahre 1929 (a. a. O., S. 51) wurde dann ein „Schutzvertrag zwischen dem Schweizerischen Lederhändlerverband (SLV) und dem Schweizerischen Schuhmachermeister-Verband (SSMV)" bekannt gegeben:

„§ 2. Der SLV erklärt sich bereit, den Kampf des SSMV gegen den unlautern Wettbewerb und die Schmutzkonkurrenz zu unterstützen. Pfuscher werden vom SSMV dem Sekretariat des SLV bezeichnet, und dieses gibt die betreffenden Namen seinen Mitgliedern bekannt mit der Aufforderung, solche Leute nicht zu bedienen und denselben auf alle Fälle keine Kredite einzuräumen. . . .

„§ 4. Die Mitglieder des SLV werden veranlasst, Leder im Ausschnitt an Private mit einem Aufschlag von 30 bis 40% auf den üblichen Preisen zu berechnen. . . ."

f) Die Wirkungen.

Wir haben unter lit. a dieses Abschnittes auf die für Preisbindungen im Schuhmachergewerbe bestehenden Schwierigkeiten aufmerksam gemacht. Welche Wirkungen hat eine rege Tarifpolitik auf solchem „Terrain" auszuüben vermocht?

Wir müssen zwei Perioden, die Zeit vor und die Zeit nach 1923, auseinanderhalten.

Vor 1923.

Auszüge aus der „Schweizerischen Schuhmacherzeitung" geben uns ein gutes Bild:

„Dann kam der Krieg, der die Meister zwang, zu rechnen und die Barzahlung einzuführen. Das Material musste bar bezahlt werden, die verteuerte Lebenshaltung nötigte den Meister ganz anders auf den Verdienst zu schauen. Glücklicherweise traten Umstände ein, die für den einzelnen vermehrte Arbeit brachten. Für Behörden und Publikum war es aber ganz etwas Ungewohntes, dass die Preise für neue Schuhe und Reparaturen auf einmal so stark anzogen, und man musste sogar vor den Bundesbehörden die geforderten Ansätze verantworten. Das war nicht schwer; die Herren, die die Untersuchung führten, mussten bekennen,

dass sie sich über die Verdienstverhältnisse in der Schuhmacherei getäuscht hatten. Als dann der behördlich genehmigte Tarif von Verbands wegen verbreitet wurde, ging manchem Meister ein Licht auf, und man getraute sich nun eher, für die Arbeiten richtige Preise zu verlangen." (A. a. O., 1925, S. 53.)

„Bei der Beurteilung der Kalkulationsbeispiele (Tarif von 1910) ... wurde in der Diskussion immer und immer wieder hervorgehoben, dass es unmöglich sei, die sich ergebenden Preise zu fordern und die Ansätze des Preistarifs einzuhalten. Hoffentlich sind jetzt bessere Verhältnisse. Nach den zahlreichen Berichten aus den Sektionen unseres Verbandes in den letzten zwei Jahren möchten wir das glauben. Mit Genugtuung konnten wir sehen, dass die Zeit und die Verhältnisse die von uns gestreute Saat zum Aufgehen gebracht hat." (A. a. O., 1918, S. 83.)

„Was die Anpassung der Preise betrifft, der wir vor einem Jahr das Wort geredet haben, so dürfen wir anerkennen, dass in den Sektionen viel getan und mancher Erfolg erzielt worden ist.

Materialpreise und Lebenshaltung steigen; die Arbeiter erhalten Teuerungszulagen. In der Sorge um die soziale Besserstellung der Meister und Arbeiter darf man in den Sektionen nicht ruhen. ... In dieser Zeit, in der wir nicht nur von der frühern Ueberproduktion verschont sind, sondern manchmal gar nicht imstande sind, alle Aufträge anzunehmen, ist das anzustrebende Ziel: Die Sicherung einer auskömmlichen Existenz des Schuhmachers, was eher zu erreichen ist als es früher war und später wieder einmal sein wird. Das einmal Erreichte festzuhalten, dürfte aber nur einer gut ausgebauten Organisation gelingen. ..." (A. a. O., 1918, S. 1.)

Die Sektionen sind denn auch nicht müssig geblieben. Bevor der überholte Landestarif von 1910 ersetzt war, arbeiteten viele Sektionen für sich oder gemeinsam mit benachbarten eigene Tarife aus. Diese wurden von den Verbandsmitgliedern auch meist strikte eingehalten. Selbst die Aussenseiter schlossen oder näherten sich wenigstens der Preispolitik des Verbandes an. Die Mitgliederzahl wuchs, wenn auch nicht in dem Masse, wie es den Verdiensten des Verbandes um die Hebung des Standes entsprochen hätte. Nicht jede Sektion konnte wie die eine melden: „Sämtliche Schuhgeschäfte, die maschinellen Betriebe inbegriffen, haben sich uns angeschlossen." (A. a. O., 1919, S. 54.)

Die Konfektionsschuhe waren teuer, so dass sich die Reparatur derselben ausserordentlich gut lohnte, trotzdem auch hierfür hohe Preise bezahlt werden mussten. Auf der einen Seite vermehrten sich die Aufträge für den Schuhmacher, auf der andern Seite war die Zahl der Arbeitskräfte infolge der Grenzbesetzung stark reduziert. Das Schuhmacherhandwerk genoss gegenüber der Kundschaft eine beträchtliche Macht. Diese wurde denn auch für die Standesinteressen nutzbar gemacht. Die Aussenseiter wurden mitgerissen. Wir haben aus einigen der oben zitierten Stellen die geistige Ein-

stellung herauslesen können; das nachstehende Zitat spiegelt sie ebenfalls wieder, wenn auch, und das sei betont, im Uebereifer einer Einzelperson.

„Die Lederpreiserhöhungen sind für einsichtige Meister nur Anstoss, den Verdienst an der Arbeit zu verbessern, unbekümmert um das Jammern der Leute; sie mögen schimpfen, aber sie müssen bezahlen. Die Steuern und Lebensmittel müssen auch bezahlt werden; sie sind verhältnismässig noch um vieles teurer geworden als die Schuhe. Der rechte Schuhmacher ist der jahrzehntelangen Hungerleiderei satt; er will und muss leben, er wehrt sich also." (A. a. O., 1918, S. 233.)

Der Zentralvorstand des Schweizerischen Schuhmachermeisterverbandes gab im Jahre 1919 (a. a. O., S. 1) folgenden Situationsbericht:

„Schliesslich können wir konstatieren, dass die Schuhmacherei ungeschlagen aus den fast 4½ Kriegsjahren hervorgegangen ist. ... uns blieben Beschwerden erspart; abgesehen von etwelchen Unbequemlichkeiten ging bei uns das Geschäft stets ordentlich, der Verdienst war reichlich, so dass trotz Knappheit und Teuerung der Lebensmittel ein Auskommen war."

Fassen wir zusammen!

In den Jahren der Teuerung während und unmittelbar nach dem Kriege von 1914/18 wurden mittelst konsequenter Tarifpolitik, Beeinflussung der Kalkulation und der Schaffung einer einheitlichen Preismeinung durch den Schweizerischen Schuhmachermeisterverband äusserst wirksame kartelloide Preisbindungen erwirkt. Die Bildung der letztern wurde begünstigt durch

1. die hohen Preise der neuen Konfektionsschuhe,
2. eine normale Besetzung des Berufes (keine Ueberfüllung),
3. die allgemeine Tendenz zu steigenden Preisen.

Nach 1923.

Es brach die Zeit der allgemeinen Preisrückbildung heran. Die wehrpflichtigen Schuhmacher wurden ihrem Beruf nicht mehr durch Grenzdienst entzogen, und die gesteigerte Lehrlingsausbildung begann sich auszuwirken. Die Preise der Konfektionsschuhe sanken allmählich, und die Aufträge für den Schuhmacher gingen sehr empfindlich zurück. Die Uebermacht der Aussenseiter erschwerte einen geordneten Rückzug, und die Schwierigkeiten vermehrten sich durch das rapide Anwachsen der maschinellen Betriebe, der sog. Besohlanstalten. Wir haben die Bemühungen des Verbandes um die Beherrschung der Preisrückbildung und um die Anpassung der Tarifpolitik an die veränderten Verhältnisse unter lit. b hiervor

geschildert. Die Berichte aus den Sektionen lauteten aus jener Zeit entmutigend. Erst im Jahre 1928 (Kulmination eines kurzen Konjunkturaufstieges) werden die Meldungen wieder optimistischer:

„Die Berechnungskommission in Verbindung mit dem Zentralvorstand hat sich je und je bemüht, durch Ausgabe von Preistarifen und Kalkulationsschemas die Verdienstmöglichkeiten der Schuhmacher zu heben. Ein Erfolg ist nicht zu verkennen; denn jedenfalls wären ohne die Tätigkeit der Berechnungskommission die Verdienstverhältnisse viel verworrener, als sie schon sind." (A. a. O., 1928, S. 160.)

„Trotz alledem sind wir vorwärts gekommen, es ist heute besser als vor fünfzehn und zwanzig Jahren; man kann verdienen, wenn man Arbeit hat." (Aus einem Vortrag, a. a. O., 1928, S. 89.)

„Unser Verband gleicht einem Fruchtbaume, an dem die Früchte der Tarifgemeinschaft reif geworden sind. Heute droht der wirtschaftliche Sturm manchen Ast herunter zu reissen." (A. a. O., 1929, S. 244.)

Der Sturm brach los und dauert heute noch an. Wegen der Krise sind die Preise der Konfektionsschuhe tief; im Schuhmachergewerbe mangelt es an Aufträgen, da es sich nicht lohnt, die gekauften Schuhe mehrmals reparieren zu lassen, und die seit zehn Jahren wieder bestehende Uebersetzung des Gewerbes wird dadurch potenziert.

Preisbindungen können sich unter solchen Verhältnissen bei langer Dauer der Krise nicht halten. Dennoch orientiert sich der organisierte Meister an den Tarifen seines Verbandes, und obgleich seine Kollegen unterbieten, hat er, insofern er Qualitätsarbeit liefert, doch in der Regel sein Auskommen. Die Tarife bleiben auch in solchen Zeiten nicht ganz wirkungslos. Aber auch in jener Periode der Nachkriegszeit, aus der die Berichte pessimistisch lauten, vermochte die Preispolitik des Schuhmachermeisterverbandes und seiner Sektionen da und dort temporäre kartelloide Preisbindungen zu erwirken. Die durch sie gesicherten Gewinne waren nicht hoch und nicht einmal das besonders Wertvolle; viel wichtiger war u. E., dass die Bindungen in dieser Zeit einen einigermassen ruhenden Pol im Chaos der Preisstürze bildeten. Und an diesem Pol orientierten sich die meisten Aussenseiter trotz allen Unterbietungen doch immer wieder.

Wir können also zusammenfassend sagen, dass, die Kriegs- und unmittelbare Nachkriegszeit ausgenommen, die kartelloiden Preisbindungen die Preisbildung im Schuhmachergewerbe wohl nicht zu beherrschen vermögen, auf sie aber dennoch zeitweise einen wirksamen Einfluss ausüben.

Kartelloide Preisbindungen im schweizerischen Schneidergewerbe.

In dieser Branche, soweit es die Massarbeit betrifft, ist der im Jahre 1907 gegründete Schweizerische Schneidermeister-Verband führend. Die Ziele des letzteren lauten:

1. Förderung der Kollegialität und Ausdehnung der Organisation auf alle Schneidermeister der Schweiz.
2. Fachliche Weiterbildung der Mitglieder, besonders durch Fach- und Zuschneideschulen des Verbandes.
3. Regelung der Fassonpreise mittelst Aufstellung von Minimaltarifen, die den örtlichen Verhältnissen angepasst sind.
4. Bekämpfung der Stoff- und Fourniturenlieferung durch die Kundschaft.
5. Uebernahme von Inkassoaufträgen und Schutz der Mitglieder vor Verlusten durch die Führung von Listen böswilliger Schuldner, Durchbrenner und unreeller Lieferanten.
6. Bekämpfung des unlautern Wettbewerbes und Aufklärung des Publikums über bestehende Missverhältnisse.
7. Führung einer neutralen Berechnungsstelle für Lieferungsarbeiten von Dienstkleidern.
8. Regelung der Lohn- und Arbeitsverhältnisse.
9. Anstrebung gesetzlicher Meisterprüfungen.
10. Förderung der Gesetzgebung hinsichtlich des Lehrlingswesens und des Schutzes des Gewerbes im allgemeinen.
11. Weiterentwicklung der Kollektivpropaganda zur besseren Bekanntmachung der Erzeugnisse des Maßschneidergewerbes.
12. Schaffung einer obligatorischen Sterbekasse zum Schutze der Angehörigen eines verstorbenen Verbandsmitgliedes.

(Siehe hierzu Schw. Schneidermeister-Zeitung, 1930, S. 109: „Warum?")

Die meisten dieser Punkte dienen u. a. zur Schaffung der Grundlagen für kartelloide Preisbindungen. Mit zäher Energie verfolgt der Verband diese Ziele und hat bereits viele davon erreicht. In einem, für kartelloide Bindungen wichtigen Punkte, in der „Ausdehnung der Organisation auf alle Schneidermeister der Schweiz", bleibt dagegen noch eine grosse Arbeit übrig. Von rund 7500 Schneidermeistern sind bloss 1100 Mitglied des Verbandes.

In dieser Beziehung liegt eine gewisse Parallele zum Schuhmachergewerbe. Es ist nicht die einzige; auch das Schneidergewerbe ist wie jenes durch die Konfektionsproduktion bedrängt, so dass zwischen den Preisen der Massarbeit und denen der Konfektion ein gewisser Zusammenhang besteht. Zwar wird es der Anzugskonfektion kaum gelingen, das Handwerk bis zu 90% auf die Reparatur abzudrängen; aber die Nachfrage für Massarbeit nimmt doch ab bei zunehmender Differenz zwischen den Preisen der Konfektionskleider und der der Masskleider.

§ 2, lit. c der Statuten des Schweizerischen Schneidermeisterverbandes stipuliert die Regelung der Fassonpreise. Gestützt darauf wurden dann auch Minimaltarife aufgestellt. Die Wirkung war ähnlich, wie wir sie im Schuhmachergewerbe gefunden haben. Dieses System wurde später durch das Richtpreissystem ersetzt. „Man hat zwar die Unmöglichkeit einheitlicher Tarife ungern eingesehen und eine ganze Anzahl von Tarifen herausgebracht, hat aber dabei den Fehler begangen, dass man einzelne Nummern dieser Tarife für gewisse Kreise als verbindlich erklärte." (Schw. Schneidermeister-Zeitung, 1925, S. 352.) Von den Richtpreisen erwartete man, dass sie die Kalkulation erleichtern, vor Verlusten sichern, das Publikum über die Preise aufklären und namentlich letzteres vom Fehlen monopolistischer Absichten überzeugen würden. Das System umfasst 12 verschiedene Anzüge resp. Kleidungsstücke, ist in vier Ortskreise eingeteilt, nämlich grosse Städte, mittlere Städte, kleinere Städte und Landorte, und für jeden Kreis stehen verschiedenen Unkosten entsprechend, je vier Preispositionen zur Auswahl. Die Schweizerische Schneidermeister-Zeitung, 1926, S. 205, schreibt: „Die Fassontarife werden durch in alle Details ausgearbeitete Richtpreise ersetzt, welche bereits in vielen Sektionen grossen Anklang gefunden haben. Die Richtpreise entsprechen den tatsächlichen Berufsverhältnissen in jeder Hinsicht, sei es in bezug auf Stundenlohn, Unkosten, Arbeitsstunden oder Zutatenberechnung, als auch im Aufbau der Ortsgruppen und Geschäftsklassen. Gleich-

zeitig hat unser Sekretariat ein Unkostenschema ausgearbeitet." Zur Erleichterung der Positionsbestimmung wurden zudem Richtunkostensätze herausgegeben, so dass es für den einzelnen Handwerker nicht schwer war, seine Preise zu bestimmen. Gleichzeitig mit der Einführung der Richtpreise erfolgte eine intensive Aufklärung über Kalkulation, besonders über die generellen Kosten, den Meisterlohn, die Gewinnzuschläge, die Arbeitsstunden pro Stück usw.

Es wurde auch versucht, ähnlich wie im Schuhmacherhandwerk, die Mitglieder hinsichtlich der Ausführungsart ihrer Arbeiten zu beeinflussen. Wiederholt las man in der Fachpresse die Empfehlung, die Kundschaft gemäss ihrer Kaufkraft zu schichten, entsprechende Preise anzusetzen, aber dafür auch entsprechende Arbeit zu liefern. Dem Begriff der illoyalen Konkurrenz musste infolgedessen ein neuer Inhalt gegeben werden: „Wer Arbeit liefert, welche für Kunden der ersten Klasse entspricht, dafür aber nur Zahlung nach der zweiten Klasse verlangt, treibt unter allen Umständen Schmutzkonkurrenz." (Schweiz. Schneidermeister-Zeitung, 1925, S. 352.) Und an einem andern Ort ist zu lesen, dass wer für schlechte Arbeit auch einen Hungerpreis verlange, nicht als Pfuscher betrachtet werden könne.

Die Praxis, für niedrige Preise leichtere Ausführungen zu liefern, wurde teil- und zeitweise auch befolgt, und es bedeutete dies eine versteckte Form kartelloider Preisbindung zwecks Gewinnerhaltung. Ist diese Praxis für das Schuhmacherhandwerk richtig, so ist sie es nicht für das Maßschneidergewerbe, weshalb dann die diesbezüglichen Empfehlungen wieder verstummten und der Qualitätsarbeit wieder das Lob geredet wurde. Der normal gewachsene Mensch, der zwischen Konfektion und Massarbeit wählen kann, gibt letzterer weniger wegen Sitz und Schnitt des Kleides den Vorzug, da ja die Konfektion in dieser Beziehung weitgespannte Wünsche zu befriedigen vermag, sondern wegen der sorgfältigeren und namentlich solideren Ausführung.

Fragen wir nun nach der Wirkung der Richtpreise und Kalkulationsbeeinflussung! Die Schneidermeister-Zeitung, 1925, S. 253, schreibt: „Eines muss zugestanden werden: Wir verdanken viel, unendlich viel unseren Fassontarifen. Obwohl der Schneider eigentlich viel zu spät rechnen lernte, so haben doch unsere Tarife während der Kriegsjahre und in der Nachkriegszeit ihre Aufgabe voll und ganz erfüllt. Unzählige Kollegen haben während diesen

vielen Jahren an unserer Organisation einen festen Halt gefunden, und noch heute wissen wir viele, die an den Tarifen unbedingt festhalten wollen."

Soviel über das vor 1926 geltende Minimaltarifsystem.

Das Richtpreissystem gestattete mehr Spielraum, und von einheitlichen Preisen war bald nicht mehr viel zu merken. Allerdings fehlte es nicht an Bestrebungen, den Richtpreisen den Minimalpreischarakter zu geben. So berichtet eine Sektion, dass sie 1932 beschlossen habe, die alten Richtpreise wieder einzuführen. Die Sektion einer der grössten Städte hat Normalien für den Verkaufspreis aufgestellt, und die Mitglieder mussten sich für die Innehaltung unterschriftlich verpflichten.

Der allgemeinen Tendenz fallender Preise vermögen auch die Richtpreise während längerer Zeit zu trotzen. Im Jahresbericht des Verbandes von 1931 heisst es: „Mit der anhaltenden Senkung des Grosshandelsindexes, dem bloss eine relativ schwache Abwärtsbewegung der Detailpreise folgte, wurde die Frage einer Verkaufsreduktion der Erzeugnisse des Maßschneidergewerbes berührt. Die vorgenommenen Untersuchungen haben ergeben, dass trotz der scheinbar hohen Indexzahl von heute im Maßschneidergewerbe irgendwelche Preisübersetzung nicht vorliegt, so wenig als eine direkte Preissenkung durchgeführt werden kann."

Ein Jahr später trieb dann die Macht der Verhältnisse doch zu einer Anpassung der Preise. Nachdem eine Sektion an der Delegiertenversammlung von 1932 den Antrag gestellt hatte, die Sektionen seien zu beauftragen, Minimalverkaufspreise einzuführen und die Mitglieder zu deren Innehaltung unterschriftlich zu verpflichten, wurden von der Zentralleitung Erhebungen über die Unkosten im Schneiderhandwerk angestellt. Gestützt darauf erhielten dann die Sektionen Kalkulationsschemas und Kalkulationsunterlagen mit der Anweisung, Preisbildungskommissionen zu ernennen. Letztere hatten den Auftrag, bei den Mitgliedern der Sektion nach vorgeschriebenen Prinzipien umfassende Erhebungen zu machen und an Hand derselben und gestützt auf bestimmte Normen des Verbandes örtliche Minimaltarife aufzustellen.

Auf diese Weise wurden die Verkaufspreise den Herstellungskosten angepasst, der Vorwurf wegen zu hoher Preise fiel dahin, und dennoch wurde verhindert, dass der Geschäftsgewinn unverhältnismässig tief sank oder gar verschwand.

In bezug auf die Rolle der Aussenseiter können wir auf die entsprechenden Ausführungen über das Schuhmachergewerbe hinweisen, mit der Einschränkung, dass die Uebersetzung weniger gross und die Macht der Aussenseiter geringer ist, als es ihre Zahl vermuten liesse. Die Massarbeit ist hier nicht aus dem Handwerk verdrängt, und wer wirklich Qualitätsarbeit liefert, ist nicht gezwungen, zu unterbieten, insofern die vom Verband empfohlenen Preise nicht jedes Mass überschreiten, was nicht der Fall ist.

Kartelloide Preisbindungen im schweizerische Spezereihandel.

a) Daten aus der Verbandsgeschichte.

Der Verband Schweizerischer Spezereihändler wurde im Jahre 1900 gegründet. Vor seiner Entstehung bestanden bereits einige wenige orts- oder gebietsweise Zusammenschlüsse (nach dem „Rückblick 1900/1925" konnten deren 11 festgestellt werden), um der eben auftretenden Konkurrenz von Konsumvereinen, kapitalistischen Filialgeschäften und Warenhäusern entgegenzutreten. Ein anderer Zweck lag im gemeinsamen Einkauf und ein dritter in der Wahrung der Standesinteressen in der Oeffentlichkeit. Unter den Vereinigungen bestand kein oder z. T. nur ein loser Zusammenhang. So war die Situation vor 1900.

Bei der Gründung zählte der Verband 4 Sektionen.

im Jahre	1901	=	391	Mitglieder		
„ „	1903	=	486	„		
„ „	1905	=	327	„	mit 10	Sektionen
„ „	1909	=	560	„	„ 12	„
„ „	1916	=	3312	„	„ 37	„
„ „	1924	= über	5000	„	„ 48	„
	heute	= ca.	6000	„		

„Es könnte die doppelte Zahl sein", heisst es in einer Nummer der „Spezereihändler-Zeitung", 1927. (Obige Zahlen sind dem „Rückblick 1900/1925 und Jahresbericht für 1925" entnommen.)

Die Organisation beim Verband Schweizerischer Spezereihändler besteht aus der Delegiertenversammlung, einem Zentralvorstand, einem Zentralpräsidenten und einem Zentralsekretär (letzterer seit einigen Jahren im Hauptamt). „Die Schweizerische Spezereihändler-Zeitung" ist offizielles Publikationsorgan und Eigentum des Verbandes.

Der Verbandszweck liegt wie zur Zeit der Gründung auch heute in der Wahrung gemeinsamer Interessen in der Oeffentlichkeit, im Kampfe gegen illoyale Konkurrenz und in der Hebung des Standes.

b) Die Grundlagen für kartelloide Preisbindungen.

Wie bereits im allgemeinen Teil dieser Arbeit ausgeführt wurde, bedarf es zur Entstehung kartelloider Preisbindungen des Vorhandenseins einer gewissen Anzahl gemeinsamer, gleichgerichteter Interessen. Die Gleichrichtung wurde zu einem grossen Teil durch die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung gebracht. Da sind die Markenartikel und Waren von Kartellen, die einen immer grösseren Anteil am Umsatz des Spezereihändlers zu erobern vermögen, und für die das Vermittlungsentgelt nahezu einheitlich ist. Durch die Gründung der Einkaufsgenossenschaften der Spezereihändler entstanden einigermassen homogene Bezugspreise und Bezugsbedingungen. Wir erinnern an die Union schweizerische Einkaufsgenossenschaft in Olten, die Mitglied des Spezereihändlerverbandes ist.

Nicht zu unterschätzen sind die Bestrebungen des Verbandes, mit den Lieferantenverbänden Abkommen zu treffen, die den Zweck verfolgen, „Schleuderer" zu bekehren oder von der Belieferung auszuschliessen. Bereits 1905 wurde z. B. den Seifenfabrikanten vom Spezereihändlerverband ein Zirkular zugestellt, in welchem es u. a. heisst („Rückblick 1900/1925, S. 9):

> „Die Seifenfabrikanten werden ersucht, darauf hinzuwirken, dass Seifen nur unter einem gesetzlich festgelegten Gewicht verkauft werden.
>
> Fabrikanten und Grossisten sollten im eigenen Interesse nicht an Warenhäuser und Schleuderer liefern. Wenn doch, ist dafür zu sorgen, dass die Preise eingehalten werden. Im Kreditgeben möchten die Lieferanten vorsichtiger sein, namentlich neuentstandenen Geschäften gegenüber und Nachlassverträgen nur zustimmen, wenn derjenige, der darum nachsucht, an seiner finanziellen Lage nicht selbst schuld ist."
>
> Ferner heisst es, dass der Spezereihändlerverband dafür besorgt sein werde, dass die bereits bestehenden Einkaufsgenossenschaften und Sektionen die Lieferanten von Schleuderern ausschalten.

Dieser Vorschlag wurde indes nicht angenommen und realisiert. Aehnliche Anträge wurden im Laufe der Jahre wiederholt an verschiedene Lieferanten und Lieferantenverbände gestellt; mit wechselndem Erfolg. Es fehlte aber auch nicht an Kämpfen zwischen den Lieferanten und den Spezereihändlern, besonders in der Zeit, da die Einkaufsgenossenschaften sich ausbreiteten. Die Lieferanten

sahen in letztern gefährliche Konkurrenten; mit Recht; denn diese Organisationen sind auch ein erfolgreiches Machtmittel geworden, um den Wünschen der Spezereihändler gegenüber den Grossisten Nachdruck zu verleihen.

Ein grosser Interessenausgleich hat die gemeinsame Rabattierung gebracht. Die Spezereihändler stellen ein ansehnliches Kontingent der Mitglieder der Schweizerischen Rabattvereine. Diese arbeiten auch oft Hand in Hand mit den Organisationen der Spezereihändler.

Schliesslich hat die Entstehung und Erstarkung von Konkurrenzgruppen (Konsumvereine, kapitalistische Filialgeschäfte) den einzelnen Händler gezwungen, verschiedene Sonderinteressen zurückzulegen, um zu ermöglichen, dass jenen Gebilden eine einheitliche und starke Gruppe gegenübergestellt werden konnte.

c) Der Bindungswille bei den Spezereihändlern.

Der schweizerische Spezereihändler ist mittelständisch und infolgedessen an der Nahrungsidee orientiert. Interessant ist seine Einstellung zur freien Wirtschaft. Aus der Nahrungsidee heraus lässt sich die erhobene Forderung nach Einschränkung der Konkurrenz und Gewerbefreiheit wohl verstehen. Dennoch wurde die freie Konkurrenz bis noch vor kurzem im Fachorgan bejaht. Es sollte gezeigt werden, dass im Spezereihandel die Preise völlig frei gebildet würden. Wir zitieren die „Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 14:

> „Eine ernste Frage. ... Der Kaufmann ist pflichtig, dem Konsumenten die Ware so gut und billig wie möglich zu vermitteln. Freundschaftsverhältnisse irgendwelcher Art dürfen dabei nicht ausschlaggebend sein."

Am gleichen Ort, 1931, Nr. 2:

> „Essen muss man. ... Oft beklagt man sich über grossen Zudrang beim Detailhandel und bezeichnet diese Tatsache mit Vorliebe als Teuerungsfaktor. Ganz zu unrecht, indem eine grosse Konkurrenz stets einer Preisverbilligung förderlich ist. Der Detailhandel muss für die Tätigkeit der Industrie- und Grosshandelssyndikate herhalten. Beim Detailhandel ist die Konkurrenz derart, dass Preisverabredungen einfach unmöglich sind."

Dieselbe, 1926, Nr. 28:

> „Bekämpfung der Preisschleuderei. ... Wenn wir uns daher mit der Frage der Preisschleuderei befassen, so könnte das auf den ersten Blick den Anschein erwecken, als wollten wir von diesem Grundsatz (Leistungsfähigkeit soll dauernd entscheidend sein) abweichen und vom

Verbande aus die Preise reglementieren. Darum kann es sich nicht handeln, sondern lediglich darum, Leute, die in ihrer Preisgebarung längere Zeit eine Praxis einschlagen, die ihren oder ihrer Kollegen sichern Ruin im Gefolge haben würde, aufzuklären und, wenn nötig, mit Zwangsmitteln in die Schranken zu weisen."

Gleichsam als Rechtfertigung für Eingriffe in die freie Konkurrenz wird auf ähnliche Massnahmen anderer Verbände hingewiesen.

Die bereits gebrachten Zitate den Spezereihandel betreffend und die Ausführungen unter lit. d hiernach lehren allerdings etwas anderes. Dennoch ist das Bekenntnis zur freien Wirtschaft und Konkurrenz durchaus ernst und ehrlich gemeint, und die Wurzel zu diesem Bekenntnis ist offenbar im 19. Jahrhundert zu suchen, in jener Zeit, da die freie Wirtschaft als Erlösung empfunden ward. Immerhin können wir ebenfalls in der „Spezereihändler-Zeitung" lesen, dass im Spezereihandel gegenwärtig „die alte gemütliche Idee und der Kampfeswille" miteinander um die Herrschaft ringen.

Folgerichtiger in bezug auf die wirtschaftspolitische Grundeinstellung der Spezereihändler ist dann schon die immer und immer wieder auftauchende Frage nach einem gerechten Preis und Lohn. Gerade auf die Forderung nach diesem stützen sich die Rechtfertigungen für Preisbindungen immer mehr und mehr. Wir bringen hierzu einige Auszüge aus Artikeln und Berichten der „Spezereihändler-Zeitung".

Am angeführten Ort, 1925, Nr. 13 (Auseinandersetzung mit einer politischen Tageszeitung über Preisbindungen im Detailhandel):

„Halt Bauer ... ... Man kann über die Festsetzung von Detailpreisen denken wie man will. Organisierte Detaillisten sind nicht selten dagegen. ... Im Grunde genommen tun die Detaillistenorganisationen, wenn sie Preisvereinbarungen treffen, nichts anderes als die Arbeiterorganisationen: sie wollen ihren Mitgliedern ein geregeltes Arbeitsentgelt sichern. Solange die Macht der Organisation nicht missbraucht wird, besteht kein Grund zum Einschreiten."

A. a. O., 1927, Nr. 4:

„Mindestlöhne. ... Diese Ansichten (über Mindestlöhne), soweit sie bestehen, sind unrichtig, indem aus Kreisen unserer Mitglieder schon oft bei der Verbandsleitung Anregungen gemacht wurden, man möchte die Frage prüfen, ob nicht auf eidgenössischem Boden für die wichtigsten Artikel des täglichen Bedarfes Mindestpreise angesetzt werden könnten.

Mindestpreise würden aber für uns nicht anderes bedeuten als Mindestlöhne. Die Anregung kommt nicht etwa von den kleinsten Detaillisten, sondern von kaufmännisch durchgebildeten."

Als ein Weg zu diesem Ziele und als wirksames Mittel gegen die Preisschleuderei werden dann gebietsweise Preisabreden empfohlen (Fortsetzung):

„In örtlichen und gebietsweisen Organisationen finden derartige Preisfestsetzungen vielfach statt und wirken sich dort, wo man mit den Preisen niedrig bleibt, segensreich aus.

So sehr wir die Anregung zur Festsetzung von Mindestlöhnen als zweckmässig anerkennen, so sind wir doch überzeugt, dass es zur Zeit gar keinen Wert hätte, darauf einzutreten.

Während der Kriegszeit hatten wir einen Anfang auf diesem Gebiet gemacht, zwar nicht in der Form von Mindestlöhnen, sondern von Höchstpreisen. In Tat und Wahrheit waren diese Preise auch zugleich Mindestpreise. ... Es wäre wünschenswert, wenn sich die Berufsangehörigen unter sich über diese Frage (Mindestlöhne) verständigen könnten."

A. a. O., 1931, Nr. 45:

„Der gerechte Preis. ... Für unsere Mitglieder ist die Preispolitik immer mehr ein Gebiet, dem man in jedem einzelnen Orte die volle Aufmerksamkeit schenken sollte. Es bedingt das, dass man zusammensitzt, die Faktoren der Preisbildung eingehend prüft, in den Preisen der verschiedenen Qualitäten eine gewisse Einheitlichkeit zu erreichen sucht und dann auch in der Lage ist, das Publikum aufzuklären. Das ist eines unserer wichtigsten Arbeitsgebiete der nächsten Jahre."

Um den „gerechten Preis" zu sichern, werden also Preisabreden getroffen. Sogleich drängt sich die Frage auf, wie hoch denn der „gerechte Preis" sei. Eine eindeutige Antwort hierauf können natürlich auch die Spezereihändler nicht geben. Im grossen und ganzen verstehen sie darunter den objektiven Preis, den Kostenpreis, wobei das „angemessene Vermittlungsentgelt", der „angemessene Lohn", d. h. das Branchenübliche, inbegriffen ist. In Zeiten gedrückter wirtschaftlicher Lage liegt jeder Argumentation in bezug auf das Preisproblem die objektive Wertlehre zugrunde. In Zeiten steigender Preise dagegen beruhen die Argumentationen eher auf der subjektiven Lehre.

„Oder soll in normalen Zeiten für den Handel nicht gelten, was für die Produktion, insbesondere für die Industrie, dass der Wert einer Ware nicht nur nach dem in ihr steckenden Arbeitswerte, sondern unter Berücksichtigung des ihr vom Käufer zugelegten Wertes zu bestimmen sei?" („Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 20.)

Nicht zuletzt hat die Entwicklung in organisatorischer Hinsicht dem Spezereihändler den Willen zu Preisbindungen nahe gebracht. Auf der einen Seite stehen sie festgefügten Lieferantenverbänden und Kartellen gegenüber, auf der andern werden sie von starken Konkurrenzgruppen bedroht. Es blieb kein anderer Weg übrig, als sich selbst straff zu organisieren. Um aber die nötige

Straffheit zu erreichen, war und ist es notwendig, u. a. die Konkurrenz mittelst des Preises unter den Mitgliedern der Organisation zu beseitigen. Hierzu bedarf es eben der Preisbindungen. Einzelne Verbandssektionen sind hierin vorangegangen und haben wiederholt angesetzt, ihr Vorgehen durch den Verband für alle Sektionen zu propagieren. An der Verbandsdelegiertenversammlung 1926 wurde dann u. a. folgende These einstimmig angenommen:

> ... „Die lokalen Organisationen können Richtlinien für die Kalkulation aufstellen, sind dabei aber verpflichtet, auf billige Preise hinzuarbeiten."

Von da an wiederholten sich die Empfehlungen von Preisbesprechungen und Preisabreden in den verschiedensten Zusammenhängen. In der „Spezereihändler-Zeitung", 1931, Nr. 15, lesen wir unter dem Titel „Verkaufsorganisation":

> ... „Für grosse Plätze scheint uns aber nicht weniger wichtig (als gemeinsamer Einkauf) auch der gemeinsame Verkauf zu sein. Ein Anfang ist gemacht. An vielen Orten kam man schon vor Jahren dazu, sog. Richtpreise aufzustellen; an einzelnen Orten bestehen Spezialkommissionen hierfür. Dass Preisberatungen in den lokalen Organisationen notwendig sind, darüber sind sich unsere Mitglieder vielfach klar."

Aus einem Versammlungsbericht vom 7. Dezember 1930 der Einkaufs- und Rabattvereinigung „Liga" Basel:

> ... „Präsident ... sprach eindringlich über den Verkauf, und zwar, dass es noch nie so notwendig gewesen sei wie heute, die von der Richtpreiskommission vorgeschriebenen Preise einzuhalten. Nur auf diese Art können sich die „Liga"-Geschäfte über Wasser halten."

Der aus der Nahrungsidee fliessende Wunsch nach einem „gerechten Lohn und Preis" und der Zwang durch die organisierten Konkurrenzgruppen und Lieferanten trugen dazu bei, den Willen zu Preisbindungen bei den Spezereihändlern zu erzeugen.

d) Die Bindungen.

Was die Formen der Bindungen betrifft, so muss gesagt werden, dass keine strenge Scheidung besteht, vielmehr fliessen sie ineinander über, oder es können mehrere Formen gleichzeitig nebeneinander auftreten.

Preisbesprechungen, Richt- und Minimalpreise.

Die Besprechungen finden in der Regel periodisch statt, indem sie nicht selten zu einem ordentlichen Traktandum der monatlichen Verbandssektionsversammlungen geworden sind. Hier und dort

werden die Preise, es handelt sich dann um ausgesprochene Richtpreise, von einer besonders hierzu bestellten Kommission bestimmt, namentlich auch dann, wenn Spezereihändler, die nicht dem Verbande angeschlossen sind, an der Preisgemeinschaft teilnehmen.

„Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 10 (Sektionsbericht):

> ... „Herr ..., Präsident, erwähnt ... die im vergangenen Jahre in ... zustandegekommene Vereinigung von Spezereihändlern, welche sich in erster Linie zur Aufgabe gemacht hat, ... gemeinsame Verkaufspreise der wichtigsten Artikel festzusetzen ... und die Interessen der Mitglieder im gemeinsamen Einkauf zu wahren."

In den weitaus meisten Fällen werden indes auch die Richt- und Minimalpreise nicht nur durch einen Ausschuss, sondern durch die Mitgliederversammlung selbst festgesetzt, wobei die Kommission oder der Vorstand lediglich die Vorbereitungen durch Beschaffung und Sichtung von Material zur Aufgabe hat.

„Spezereihändler-Zeitung", 1930, Nr. 38 (Versammlungsbericht):

> ... „Das Traktandum ‚Verbilligte Lebensmittel' gab Anlass zu gründlicher Aussprache. Es musste für entlegenere Ortschaften infolge der hohen Zustellgebühren eine Korrektur nach oben vorgenommen werden."

Für das Mass der Rücksichtnahme auf die schwachen Betriebe sind natürlich die Preise der aussenseiterischen Konkurrenzgruppen mitbestimmend. Höhere Preise als die der Konkurrenz können nicht festgesetzt werden, und tiefere kommen meist nicht in Frage, da ja seitens der Spezereihändler ständig über den Preisdruck der Konkurrenz geklagt wird, somit eine Unterbietung einem wichtigen Zwecke der Bindungen zuwiderliefe.

„Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 14:

> Die Spezereihändler befolgen im Kampfe gegen die Konkurrenz „die Praxis wie anderorts, dass man sich monatlich einmal versammelt, die Preise der Konkurrenz prüft und die eigenen Preise festsetzt, und zwar so niedrig wie möglich."

Am gleichen Ort, 1925, Nr. 46 (Versammlungsbericht):

> ... „Die Stichproben, welche bei der Konkurrenz eingeholt worden sind, gaben gute Orientierung und wurden verschiedene Detailpreise neu fixiert."

Nun führen die Migros A.-G. u. a. grössere Konkurrenten der Spezereihändler, von ein und demselben Artikel oft nur eine Qualität, während der private Spezereihandel gerade in der Führung mehrerer Qualitäten eine Stärke und besondere volkswirtschaftliche Mission gegenüber der Konkurrenz hat. In

den von der Konkurrenz nicht geführten Qualitäten haben die Spezereihändler, soweit nicht kapitalistische Spezialgeschäfte auf dem Platze sind, einen gewissen Spielraum für ihre Preisnormierungen. Wenn die Grenzen auch nicht sehr weit gezogen sind, so ist doch eine gewisse Erholung möglich; und gerade hier haben die Preisbindungen für den Händler einen hervorragenden Wert, indem sie verhindern, dass auch hier durch interne Konkurrenzierung die Gewinnmarge geschmälert wird.

Bei Preisschwankungen müssen jeweils neue Besprechungen stattfinden. Der einzelne braucht nun aber nicht ängstlich darauf zu achten, wenn es sich um Preissenkungen handelt, ob der Nachbar auf diese bereits reagiert hat; er weiss, dass wenn eine Anpassung überhaupt stattfindet, diese gemeinsam erfolgt. Selbst wenn die aussenseiterische Konkurrenz die Preise senkt, so braucht er ihr nicht ohne weiteres zu folgen, weiss er doch nicht, ob die Preisgemeinschaft die Senkung mitmachen will oder nicht. Nachstehende Auszüge aus Versammlungsberichten führen uns zwei solche Fälle vor Augen.

> ... „Daran anschliessend kamen die Zuckerpreise zur Besprechung. Dieser Artikel ist durch verschiedene Engros-Detaillisten zu einem eigentlichen Schleuderprodukt gestempelt worden, und selbst die Konsumvereine sehen sich veranlasst, diesen unwürdigen Gimpelfang auf die Kundschaft mitzumachen. Denn ausgerechnet zu der Zeit, da der Artikel im Engros-Handel bedeutend angezogen hat, wird ein Detailpreisabschlag bekannt gemacht.
>
> Nach gewalteter Aussprache fanden wir es für geraten, auf Zucker wenigstens die bisher üblichen Preise beizubehalten und von einem Abschlag abzusehen." („Spezereihändler-Zeitung", 1926, Nr. 27.)

> ... „Beim Traktandum Preisbesprechungen werden die Teigwaren dem jüngst erfolgten Aufschlag gemäss geregelt.
>
> Veranlasst durch ein grosses Inserat in den hiesigen Tagesblättern durch einen unserem Verbande nicht angehörenden Ladenbesitzer: „Grosser Seifenabschlag" werden auch die Preise für Seifen einer Besprechung unterzogen. Tatsache ist, dass in jüngster Zeit eine Preisreduktion von zwei Rappen per Stück auf gewissen Spezialitäten von den Fabrikanten bekannt gegeben wurde, in der Meinung, dass diese dem Detaillisten zugute kommen sollte. Es wurde daher beschlossen, diesen Preisschleuderrummel nicht mitzumachen." („Spezereihändler-Zeitung", 1926, Nr. 12.)

Aber nicht nur gegen Aussenseiter, sondern selbst gegen Lieferanten verteidigte eine Preisgemeinschaft ihre Abreden.

„Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 37:

> ... „Nachdem unsere Zuckerlieferanten wohl den Detailpreis reduzieren, den Einstandspreis aber nicht damit in Einklang bringen wollten, sah sich die Kommission nach Selbsthilfe um und hat auch solche gefunden."

Selbstverständlich kann es sich bei den Preisvereinbarungen nicht immer nur um Erhaltung oder Erhöhung der Preise handeln, sondern es müssen auch Preissenkungen vorgenommen werden. Dies geschieht dann, wenn die Senkung der Einstandspreise derart ist, dass ein Festhalten am bisherigen Verkaufspreis nicht mehr gerechtfertigt werden kann, oder die Konkurrenz zur Senkung zwingt.

> ... „Präsident ... sprach über die Förderung der Solidarität unter den Berufsgenossen. ... Der Verkaufspreis für Zucker wurde um 5 Rp. per Kilogramm herabgesetzt und ist dadurch der Marktlage angepasst." („Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 45.)

> ... „Der Vorsitzende ... gab ausführlich Bericht über die neuen Preisrückgänge verschiedener Artikel nach welchen die Minimalverkaufspreise in Einklang gebracht wurden."
> („Spezereihändler-Zeitung", 1930, Nr. 8.)

Ferner zeigt die nachstehende Tabelle, dass die kartelloiden Preisbindungen eine allgemeine Preissenkung nicht etwa zu verhindern vermögen. (Das widerspricht unserer früher gemachten Aussage nicht, dass durch die Preisbindungen die Preissenkung verzögert, aber für die Spezereihändler geordnet wird.) Die Zahlen sind der „Spezereihändler-Zeitung", 1931, Nr. 52, entnommen.

„Von 57 der wichtigsten Artikel die Durchschnittspreise der ganzen Schweiz, Berggegenden und Fremdenplätze einbezogen."

Jahr	*Gesamtbetrag*	%
	Fr.	
1914	66.60	100
1920	151.50	227
1921	108.72	163
1922 (Okt.)	88.42	133
1923 „	98.01	147
1924 „	101.52	152,5
1925 „	101.70	152,7
1926 „	99.47	149,2
1927 „	98.68	148,3
1928 „	95.82	144
1929 „	92.41	138,9
1930 „	84.66	127
1931 „	74.60	111

Die Minimal- und Richtpreise

sind im Spezereihandel meist das schriftlich niedergelegte Resultat der Preisbesprechungen. Nur dort, wo ein Ausschuss die Preise autonom festsetzt, liesse sich ein Unterschied zwischen Preisbesprechungen und Minimal- und Richtpreisen konstruieren, praktisch kommt aber beides aufs selbe hinaus. Was wir im allgemeinen Teil über den Unterschied zwischen Minimalpreis und Richtpreis geschrieben haben, gilt auch für die Verhältnisse im Spezereihandel.

Die gemeinsame Kalkulation.

Einige Sektionen des Spezereihändlerverbandes pflegen auch die gemeinsame Kalkulation. Dies trifft besonders dort zu, wo die Sektionen zwecks Konzentration der zersplitterten Kaufkraft gemeinsam einkaufen. Im übrigen müssen ja die meisten Preisbesprechungen die Kalkulation, wenn nicht immer aufrollen, so doch tangieren. Wir begnügen uns mit der Anführung einiger Beispiele, die wir aus den Versammlungsberichten und Versammlungsanzeigen der verschiedenen Verbandssektionen in der „Schweizerischen Spezereihändler-Zeitung" entnehmen.

> ... „Ferner soll der Kontakt unter den Mitgliedern nicht nur in Standespolitik, sondern in vermehrtem Masse bezüglich Einkauf (Einkaufsstelle) und Verkauf (Versammlung) gefördert werden, was auch grosses Interesse bei andern Berufskollegen erwecken und sie zum Beitritt in unsern Verband bewegen wird. Die Neuaufnahmen bestätigen es heute schon. Möge es so weiter gehen und alle gutwilligen Kräfte sich zu treuerem Zusammenhalten einigen, zum Wohle des Standes, wie uns selbst." (A. a. O., 1928, Nr. 28.)

Die nämliche Sektion, a. a. O., 1928, Nr. 31 (Versammlungsanzeige):

> ... „Traktanden: ..., Orientierungen über Einstandspreise und Rückvergütungen und über Verkaufspreise, eventuell Warenverkaufsliste."

Andere Sektionen: a. a. O., 1929, Nr. 29 (Versammlungsanzeige):

> ... „Besprechungen von Einstandspreisen und Verkauf wichtigster Artikel (Preisliste mitnehmen!)."

> ... „Zum Schlusse wurden noch verschiedene Einstandspreise vereinbart." (A. a. O., 1928, Nr. 37.)

> ... „Er (der Präsident) erwähnt die gespitzten Existenzverhältnisse durch den mit aller Schärfe geführten Konkurrenzkampf und durch den Druck, der allgemein auf Handel und Gewerbe liegt. Darum treu und tapfer zu unserm Losungswort: ‚Einigkeit macht stark!' Treu in bezug auf unsere Vereinslieferanten, treu zu unsern auf gesunder Kalkulationsbasis berechneten Detailpreisen!" (1926, Nr. 11.)

... „Die Offerten und Richtpreisbesprechungen, immer ein interessantes Thema, veranlassten Aenderungen verschiedener Detailpreise." (A. a. O., 1925, Nr. 27.)

... „Auf Grund vorliegender Offerten werden anlässlich nächster Monatsversammlung die Detailpreise für neuen Zucker- und Gsödwaren zur Behandlung kommen. Wir möchten die werten Mitglieder heute schon darauf aufmerksam machen. Ein Zuckerabschluss brachte wieder den Höchstrabatt." (A. a. o., 1925, Nr. 42.)

...„Eine eingehende Diskussion entwickelte sich bei den Preisfestsetzungen, speziell beim Zucker im Migrosverkauf, den man bisher in der Hotellerie etc. netto verkaufte. Es zeigte sich aber, dass einzelne pünktliche Zahler dem Lieferanten ganz einfach 2% Skonto in Abzug brachten. Man verständigte sich so, dass inskünftig die Preise dem entsprechend eingestellt werden und dann die zwei Prozente bei Zahlung innert 30 Tagen gewährt werden, unter Aufklärung der Kunden, dass die Preise unter Berücksichtigung der 2% Skonto nicht höher sind als die der Konkurrenz." (A. a. O., 1927, Nr. 13.)

Die gemeinsame Errechnung von Einstandspreisen beim gemeinsamen Einkauf und die sich darauf stützende Festsetzung der Verkaufspreise zwingt zur Aufrollung des Kalkulationsproblems, wenn nicht einfach jeweils ein bestimmter Zuschlag für die Generalunkosten, den Gewinn etc. gemacht wird. Ein solches Vorgehen ist jedoch auf die Dauer nicht möglich, und von Zeit zu Zeit muss es eine Auseinandersetzung über die Zuschläge geben. Das sind dann die Momente, in denen auf unrationelle Betriebe eingewirkt werden kann, und die nicht nur in standespolitischer, sondern ebensosehr in volkswirtschaftlicher Hinsicht wertvoll sein können.

e) Die Innehaltung der Preisbindungen.

Schnurrenberger („Die corporative Organisation ...", S. 190) schreibt:

„Die guten Erfahrungen, die der Spezielerverein Zofingen mit der Aufstellung von Minimalpreislisten (für 117 Artikel) erzielt, veranlasste im Jahre 1923 den Verband Schweizerischer Spezereihändler, seinen Sektionen die Herausgabe von Listen offiziell zu empfehlen.

Bemerkenswert an diesen Vereinbarungen ist, dass sie keinen verbindlichen Charakter besitzen, im Gegensatz zu ähnlichen Konventionen im Nahrungsmittelgewerbe (Bäcker, Metzger)."

Das Bemerkenswerte an diesen Vereinbarungen, die Unverbindlichkeit, haben wir als begriffswesentliches Merkmal der kartelloiden Preisbindungen angenommen. Wie steht es mit dieser Unverbindlichkeit bei den Preisgemeinschaften der Spezereihändler? Auf Antrag des Zentralvorstandes des Schweiz. Spezereihändler-

Verbandes hat die Delegiertenversammlung vom 4. Juli 1926 folgende Thesen (einstimmig) angenommen („Spezereihändler-Zeitg.", 1926, Nr. 28):

„1. Der Verband Schweiz. Spezereihändler empfiehlt seinen Mitgliedern die Anwendung einer auf kaufmännischer Basis aufgebauten Preiskalkulation. Wo die örtlichen Verhältnisse Kampf in Preisen oder Konditionen bedingen, sind diese soweit als möglich einheitlich durchzuführen.

2. Die lokalen Organisationen oder Gruppen können Richtlinien für die Kalkulation aufstellen, sind dabei aber verpflichtet, auf billige Preise hinzuarbeiten.

3. Klagen wegen Ueberforderungen oder Unterbietungen sind von den Sektions- oder Gruppenvorständen zu untersuchen, und die Fehlbaren zur Einhaltung normaler Preise einzuladen. Bleiben diese Bemühungen resultatlos, so kann die Sache zur Weiterbehandlung an den Zentralausschuss weitergezogen werden.

4. Der Zentralausschuss prüft seinerseits die ihm in dieser Hinsicht eingereichten Klagen und Beschwerden und versucht, sofern die Klagen als begründet erscheinen, die angeschuldigten Firmen auf gütlichem Wege zu veranlassen, die Verkaufspreise den allgemeinen Unkosten und einer gerechten Entlöhnung entsprechend festzusetzen.

5. Für den Fall, dass auch die Bemühungen des Zentralausschusses erfolglos bleiben, wird die Frage einer neutralen Kommission zur Ueberprüfung, Berichterstattung und Antragstellung an den Zentralausschuss zuhanden der Einkaufsgenossenschaften, Sektionen und Rabattvereine überwiesen. Diese Kommission besteht aus je einem Vertreter des Verbandes Schweiz. Spezereihändler, des Schweiz. Rabattverbandes, der Kaufmännischen Mittelstandsvereinigung der Schweiz, der Einkaufsgenossenschaft, deren Mitglied der Angeschuldigte ist, der lokalen Verbandssektion und des lokalen Rabattvereins. Die Kommission untersteht dem Zentralausschuss, ist jedoch in ihren Entscheiden selbständig.

Da die Frage der Preisschleuderei nicht allein die Lebensmittel- sondern auch andere Branchen betrifft, sind andere Detaillistenverbände, vorab die Kaufmännische Mittelstandsvereinigung der Schweiz und der Schweizerische Rabattverband um ihre Mitarbeit zu ersuchen."

Wie wir an obigen Thesen sehen, sind die Preisbindungen der Spezereihändler nicht wie kartellistische gesichert. Die Anwendung von Sanktionen ist umständlich; in erster Linie stehen Aufklärung und gütliches Zureden, dann erst werden stärkere moralische und die wirtschaftlichen Druckmittel in Anwendung gebracht. Die wirksamste Funktion dieser Thesen ist wohl die, die Sektionen in ihrem bereits praktizierten Vorgehen zu stützen und Sektionen, die Preisbindungen noch nicht vereinbart haben, zu solchen anzuregen.

Bei der Durchführung von Preisbindungen bleiben Schwierigkeiten natürlich nicht erspart. Wir bringen nachstehend zwei Auszüge aus Versammlungsberichten:

„Die meiste Zeit der Zusammenkünfte nahmen interne Angelegenheiten in Anspruch, so gemeinsame Preisfestsetzungen, Bekämpfung von Mindestpreisunterbietungen." („Spezereihändler-Zeitung", 1928, Nr. 11.)

„. . ., dass der Richtpreiskommission für ihre unentgeltlich geleistete Arbeit ebenfalls der Dank gebührt. Wenn schon von gewisser Seite ihrem Rufe nicht immer Folge geleistet wurde, hat ihre Arbeit doch für das grosse Ganze segenbringend gewirkt, und die Verwaltung möchte diese Institution nicht mehr missen." („Spezereihändler-Zeitung", 1931, Nr. 17.)

Im grossen und ganzen darf man indes sagen, dass die vereinbarten Preise im Spezereihandel innegehalten werden, und die kartelloiden Preisbildungen zunehmen.

f) Die Wirkungen der kartelloiden Preisbindungen im kleingewerblichen Spezereihandel.

Die Preisbindungen im Spezereihandel sind von lokaler Wirkung. Eine andere Lösung wäre unter den waltenden Verhältnissen in dieser Branche auch gar nicht möglich. Die Preisgemeinschaften erstrecken sich meist nur auf eine Gemeinde und deren Umgebung, was eine vollkommene Anpassung an die Konkurrenzverhältnisse gestattet.

In kleinen Ortschaften, wo eine aussenseiterische Konkurrenz fehlt oder vom Konsumenten nur auf umständliche Weise zu erreichen ist, werden hier und dort im gentlemen agreement höhere Preise eingehalten, als es die Preisgemeinschaft vorschreibt.

Hervorragende Dienste leisten die kartelloiden Preisbindungen in der Behauptung gegen die Konkurrenz, besonders dann, wenn eine solche mit neuer Geschäftsgebarung auftritt (z. B. die Migros A.-G.). In solchen Fällen gilt es, die Kundschaft zu behalten. Es kommen die sogenannten Kampfartikel zur Anwendung. Es sind dies einzelne Waren des täglichen Gebrauchs, welche zeitweilig zum Selbstkostenpreis oder mit Verlust abgegeben werden. Als Kompensation dienen dann die sog. Erholungsartikel, die zu höherem Preise, als es bei strenger Berechnung nötig wäre, verkauft werden. Der Spezereihändler betrachtet sie als Luxusartikel und rechtfertigt aus dem Grade der Entbehrlichkeit für den Konsumenten den höhern Preis. Eine solche Gebarung kann nur bei gemeinsamem Vorgehen wirkungsvoll sein, kann aber nur für beschränkte Zeit angewendet werden. Den Einbruch, den die Migros A.-G. in die Preislage gebracht hat, konnte nicht rückgängig gemacht werden, es blieb nur eine weitgehende Anpassung übrig.

Folgende Zitate zeigen, wie zwei Verbandssektionen schliesslich reagiert haben.

„Die Konkurrenz (Migros) ist da, und es bleibt uns nichts anderes übrig, als mit ihr den Wettbewerb aufzunehmen. Es wurde der Antrag gestellt, die anfänglich eingeführten Einheitspreise und Migrosquantitäten wieder fallen zu lassen und die Preise nach Möglichkeit der Konkurrenz anzupassen. Die bezüglichen Preise sind inzwischen in der Tagespresse mit den Adressen unserer Mitglieder publiziert worden. ... Die Mitglieder werden ermahnt, diese Preise prompt einzuhalten. Auf die vorgeschlagenen Preise können noch die Rabattmarken verabfolgt werden. ... Dann ruft der Kampf mit der Konkurrenz auch vermehrten Zusammenschluss. Die Aussenseiter, die bisher nur die Früchte des Kampfes der Organisation geniessen durften, sind ersucht, sich anzuschliessen. ...

Die Verkaufspreise sind den jeweiligen Tagespreisen anzupassen und müssen solidarisch eingehalten werden, nur so haben wir Erfolg zu erwarten. Der Aktuar orientierte näher über die eingesetzten Preise. ..." („Spezereihändler-Zeitung", 1930, Nr. 6.)

... „Hauptgegenstand: Eröffnung einer sog. Lebensmittelhalle (Grossfirma) und ihre Preisgestaltung auf hiesigem Platze. ... Die Folge dieser Verhältnisse war, dass wir uns genötigt sahen, einen Lohnabbau, d. h. eine Preisherabsetzung auf einigen Artikeln vorzunehmen. Es betrifft dies vor allem Mehl, Teigwaren und Fette. Wenn auch auf genannten Artikeln in jüngster Zeit von den Fabrikanten ein kleiner Preisabschlag zu verzeichnen ist, so zwang uns die Konkurrenz leider doch, unsere Preisnotierungen so anzusetzen, dass die Detailpreise noch einige Prozente unter dem erwähnten Abschlag stehen." („Spezereihändler-Zeitung", 1925, Nr. 16.)

Trotz dem negativen Erfolg in solchen Kämpfen wirken sich die kartelloiden Preisbindungen nach drei Richtungen hin doch positiv für die Spezierer aus. Einmal wird durch sie verhindert, dass die Kräfte zersplittert werden, indem der Kampf neben dem gegen den Gegner nicht auch noch gegen in der Preissenkung zu weit gehende Standesgenossen geführt werden muss. Zweitens wird der Kampf derart geführt, dass sich der Gegner nicht veranlasst sieht, die Preise noch tiefer zu senken. Endlich werden durch die gemeinsame Kalkulation Mittel und Wege aufgedeckt, dass trotz dem einschneidenden Einbruch in die Preislage die schwächern Betriebe einen Ausweg aus der misslichen Lage zu finden vermögen. Je nach dem Betrachtungsstandpunkt kann man allerdings in der Beurteilung der Zweckmässigkeit einer solchen Wirkung zu entgegengesetzten Resultaten gelangen.

Die kartelloiden Preisbindungen beziehen sich wohl nur auf einzelne für den Umsatz der Geschäfte massgebende Artikel. Es sind durchaus nicht immer 117 Positionen, die von den Bindungen erfasst werden, wenigstens im ersten Stadium ihres Bestehens

nicht. Wenn wir aber daran denken, dass ein grosser Teil der Waren durch Markenschutz und Kartelle unabhängig von den Spezereihändlern preisgebunden sind, so finden wir, dass nur noch ein kleiner Teil der freien Preisbildung untersteht.

Da nun aber die schweizerischen Spezereihändler zwischen zwei in der Preisbildung führende Konkurrenzgruppen eingekeilt sind, so bewirken ihre Preisbindungen lediglich, dass die Gewinne, die noch möglich sind, gemacht werden. Und da man wohl nicht behaupten darf, dass letztere zu hoch seien, so ist den kartelloiden Preisbindungen der Spezereihändler eine volkswirtschaftlich schädliche Wirkung nicht zuzulegen. Eines müssen wir aber festhalten: die Preisbildung ist auch hier nicht frei! und ich verweise auf den letzten Teil dieser Arbeit.

Kartelloide Preisbindungen im Wirtegewerbe.

Von den rund 17,000 Inhabern von Cafés und Restaurants gehörten im Jahre 1931 über 12,000 dem 1891 gegründeten Wirteverein an. Dieser umfasst somit mehr als 70% aller Wirte, im Kanton Basel-Land sind es sogar 83%, und Ortschaften, deren Wirte ausnahmslos dem Verein angehören, sind keine Seltenheit.

Die eingehende Gesetzgebung, welcher das Wirtegewerbe untersteht, hat den Wirten früh die gemeinsamen Interessen vor Augen geführt und sie veranlasst, dieselben gemeinsam zu wahren. Dieser Umstand führte dann ferner auch früh zu Lieferungsverträgen und andern Massnahmen, welche den Boden für kartelloide Preisbindungen vorbereiteten. Die Preisbindungen selbst blieben denn auch nicht aus. Heute regulieren die Sektionen des Schweizerischen Wirtevereins nicht nur die Wein- und Kaffeeausschankpreise, sondern annähernd sämtliche Preise der zum Ausschank kommenden Getränke und, was besonders hervorgehoben sein soll, vielerorts auch die Speisepreise. Die Preisvereinbarungen betreffen in der Regel Mindestpreise und werden ausschliesslich durch die im allgemeinen Teil geschilderten Mittel gestützt.

In bezug auf die Wirkung dürfen die Feststellungen der Eidg. Preisbildungskommission über die Abreden betreffend den Kaffee- und Weinpreis in den Wirtschaften auf alle übrigen Preisabreden im Wirtegewerbe ausgedehnt werden; sie vermögen kartellmässige Fixierungen weitgehend zu ersetzen.

Eine grosse Sektion des Wirtevereins berichtet: „Wir konstatieren, dass jedesmal, wenn wichtige Geschäfte zu Traktanden standen und für den Wirtestand wichtige Fragen zu behandeln waren, die Parole des Vereins immer mehr beachtet wurde." (Schweiz. Wirte-Zeitung, 1931, S. 318.)

Ueber die Widerstandskraft der Bindungen, der allgemeinen Preisrückgangstendenz gegenüber, mögen folgende zwei Versammlungsberichte ein Bild geben:

„Ein längeres Gutachten, auf kantonalem Gebiet hergestellt, stellt fest, dass die Preise für Mittagessen sich auf dem Minimum bewegen und ein Abbau der Preise für den Wirt nicht tragbar sei, was von der Versammlung einmütig bestätigt wird." (Schw. Wirte-Zeitung, 1931, S. 459.)

„Zu einer Reduktion der Speisepreise konnte sich die Versammlung nicht entschliessen, trotzdem anerkannt wurde, dass gerade hier eine Preissenkung notwendig wäre."

Weitere Ausführungen erübrigen sich, da sie bereits Geschriebenes wiederholen müssten.

III. SCHLUSSFOLGERUNGEN.

Der Preis als Wirtschaftsregulator und die kartelloiden Preisbindungen.

Der Preis ist im kapitalistischen Wirtschaftssystem u. a. Produktions-, Konsumtions- und Verteilungsregulator. Die erst- und zweitgenannten Funktionen sind ökonomisch, die letztgenannte sozialpolitisch von Bedeutung. Uns interessieren hier die Funktionen hinsichtlich der Erzeugung und des Verbrauches.

Der steigende Preis eines Produktes zeigt unter zu erwähnenden Voraussetzungen an, dass die Produktion gegenüber dem Verbrauch zurückbleibt. Die Produktion darf ohne Gefährdung des erwerbswirtschaftlichen Erfolges gesteigert werden. Andererseits mahnt der sinkende Preis, dass die Produktion den Verbrauch zu überholen droht und nicht vermehrt werden darf. Bleibt der Preis stabil, so herrscht Gleichgewichtslage zwischen Erzeugung und Verbrauch.

Wenn nun der Preis die Störung des Gleichgewichtes auch erst post festum anzeigt, was sich besonders für die Produktion als empfindlicher Nachteil auswirkt, so bildet er doch einen nicht zu unterschätzenden Regulator, und was von besonderer Bedeutung ist, und was unsere Skizze gezeigt haben dürfte, er ist ein automatischer und objektiver Regulator.

Dabei ist nun aber vorausgesetzt, dass sich der Preis frei von jeglicher willkürlichen Beeinflussung bilden kann. Aber gerade die Preisbindungen, welcher Art sie auch sein mögen, sind willkürliche und störende Eingriffe in den oben angedeuteten Preismechanismus. Die Preisbindungen werden denn auch als eine der Ursachen für die lange Dauer der gegenwärtigen Krise bezeichnet, mit welchem Recht, ist hier nicht zu untersuchen. Eines aber ist offensichtlich, dass sie die automatische Regulation durchkreuzen. Und Marbach sagt u. E. mit Recht, dass gerade die hier als kartelloide Preisbindungen bezeichneten besonders wirksam seien, weil sie gar nicht erkannt würden, oder nach unserer Ueberzeugung absichtlich übersehen werden.

Würde man also die Preisbindungen nur vom Gesichtspunkte des Preises als Regulator aus betrachten, so müssten die Preisbindungen, somit auch die kartelloiden, als störrend verworfen werden.

Die Preisbindungen als entwicklungsgeschichtliche Notwendigkeit und ihre Tendenzen.

Die Entstehung konzernmässiger und kartellistischer Preisbeeinflussungen ist in der einschlägigen Literatur eingehend geschildert worden, und im ersten Teil dieser Arbeit finden wir den Versuch, die Entstehung der kartelloiden Preisbindungen als eine Phase des Entwicklungsprozesses in der bestehenden Wirtschaftsverfassung darzustellen. Summa summarum sind die Preisbindungen die Folgen von Ursachen, die im kapitalistischen Wirtschaftssystem selbst liegen. Wir möchten die Bindungen als die reflektorische Reaktion auf die Auswirkungen der absoluten Freiheit in der Wirtschaft werten. Als solche müssen sie selbst für diejenigen, welche die automatische Regulation für den geordneten Verlauf der Wirtschaft als unerlässlich betrachten, zum mindesten verständlich sein.

In den Preisbindungen liegt selbst wieder ein ordnendes Prinzip, weshalb es u. E. unrichtig ist, sie schlechthin zu bekämpfen. Die Forderung nach ihrer Beseitigung und nach Rückkehr zur absolut freien Wirtschaft ist illusorisch, da sich eine folgerichtige Entwicklung nicht auf die Dauer rückgängig machen lässt. Es handelt sich in erster Linie darum, eine solche Gestaltung der Preisbindungen zu suchen, welche der gesamten Wirtschaft und dem Volke in ihren letzten Wirkungen förderlich ist.

Die Forderung nach Uebertragung öffentlich rechtlicher Funktionen, nach Verleihung der öffentlich rechtlichen Körperschaft an die Berufsverbände, nach Zwangsinnungen und schliesslich nach einer korporativen Staatsverfassung entspringen zum Teil aus dem Bedürfnis nach der genannten Gestaltung. Es ist nicht zufällig, dass solche Forderungen gerade in denjenigen Wirtschaftskreisen, wo die kartelloiden Preisbindungen auftreten, erhoben werden. Erwartet man doch in diesen Kreisen von einer so geordneten Wirtschaft, dass sie die Aussenseiter gleichschalten, eine Bedürfnisklausel bringen würde u. a. m. Damit allein wäre aber eine für die gesamte Volkswirtschaft zweckmässige Planung noch nicht gewährleistet. Es braucht hierzu auch nicht unbedingt eine korporative Ordnung, obwohl dieselbe durchaus in der Entwicklungslinie läge. Endlich erfolgt der Ruf nach ständischer Verfassung und dergleichen nicht einstimmig und ausschliesslich aus den Kreisen um die kartelloiden Preisbindungen.

Die Rationalisierungstendenzen in den kartelloiden Bindungen.

Durch die Regelungen der Konkurrenzmassnahmen reduziert sich der volkswirtschaftlich unproduktive Aufwand für die Werbung. Der noch notwendige diesbezügliche Aufwand wird zum Teil auf die Konkurrenzierung mittelst der Qualität verschoben, was für die Volkswirtschaft nur von Nutzen sein kann, insofern nicht ein übertriebener Kundendienst Platz greift. Sie zwingt ausserdem zu ständiger Weiterbildung. Wo sich mächtige und organisierte Konkurrenzgruppen gegenüberstehen, bildet sich in ein und derselben Gruppe mit der Zeit eine gewisse Standardisierung der Qualität heraus.

Die systemsgemässe Kalkulation, welche durch die kartelloiden Preisbindungen u. a. herbeigeführt wird, ist an und für sich rationell. Ein Gewerbe, das zu niedrig rechnet, muss früher oder später die Volkswirtschaft stören, ebenso wie eine Kalkulation in entgegengesetzter Richtung schlimme Folgen nach sich ziehen wird. Sobald die Kalkulation mit Mittelwerten oder gar höheren umgehen muss, was bei den kartelloiden Bindungen der Fall ist, so ergeben sich stets Renten für die rationell geführten Betriebe. Bei freier Preisbildung würden diese Renten durch eine entsprechend tiefere Preislage wettgemacht. Andererseits aber schaffen die kartelloiden Preisbindungen sichere Geschäftsgrundlagen, die sich dann in Krisenzeiten im Verein mit der Planung des Preisabbaues nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern auch volkswirtschaftlich günstig auswirken. Sie vermögen z. T. zu erwirken, dass die Arbeitslosigkeit in Krisen, wie der heutigen, nicht, oder wenigstens nicht so rasch, Zuzug aus dem gewerblichen Mittelstand erhält.

Die Preisbildung.

Die kartelloid gebundenen Preise sind in erster Linie durch die objektiven Selbstkosten bestimmt. Sie bezwecken ja als erstes die Deckung derselben. Die Selbstkosten sind indes bei den vielen Betrieben, die da beteiligt sind, verschieden hoch, und die Bindungen müssen sich oft nach dem schwächsten Schifflein richten, was volkswirtschaftlich betrachtet ein Nachteil ist. Die Preise sollten sich höchstens nach den mittleren Selbstkosten richten. Durch die Schaffung lokaler Preisgemeinschaften, durch ständige Mahnung zur Weiterbildung und durch Treuhandstellen, welche auf unrationelle Betriebe sanierend einzuwirken suchen, wird die vorhin gestellte Forderung angestrebt.

Die subtile und gewissenhafte Kalkulation wird in Zeiten der Depression geübt. In der Hochkonjunktur entscheidet dagegen die Macht. Es wird über die objektiven Selbstkosten hinaus „der Gewinn genommen, der genommen werden kann." Hier könnte die Wirtschaftspolitik eingreifen.

Literaturverzeichnis.

Feldmann: Kartelle, Trusts und Monopole im Verhältnis zur Handels- und Gewerbefreiheit. Bern, 1931.

Grischott G. Die Entwicklung des Kartellrechtes in der Schweiz. Bern, 1932.

Gysin A. Grundlinien des schweizerischen Kartellrechts. Zeitschrift für schweiz. Recht, 1930, S. 364.

— Die Stellung der Rechtsordnung zur Konzentrationsbewegung der kapitalistischen Wirtschaft. Gewerkschaftliche Rundschau, Bern, 1931.

Liefmann R. Kartelle und Trusts und die Weiterbildung der volkswirtschaftlichen Organisation. Stuttgart, 1924.

Marbach Fr. Kartelle, Trusts und Sozialwirtschaft. Bern, 1932.

— Fragen der Preisbildung. Gewerkschaftliche Rundschau, Bern, 1929, H. 9.

— Subkartellistische Preisbindungen. Gewerkschaftliche Rundschau. Bern, 1931, S. 268.

— Störungen im Preismechanismus als Krisenfaktor. Schriften des Föderativverbandes des Personals öffentlicher Verwaltungen und Betriebe. Bern, 1931.

Nicklisch. Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Stuttgart, 1927.

Oesch H. W. Wesen und Ziele der schweiz. Mittelstandsbewegung. Zürich, 1928.

Roediger. Das Schuhmachergewerbe in der Schweiz. Bern, 1925.

Schärer. Die Natur des Kartellvertrages nach Schweizerrecht. Bern, 1917.

Schnurrenberger A. Die corporative Organisation des schweiz. Detailhandels. Zürich, 1927.

Scheidegger J. Mißstände im heutigen Erwerbsleben und deren Beseitigung. Bern, 1897.

Töndury H. Die Kalkulation im Warenhandel. Stuttgart, 1912.

— Kostenrechnung im Einzelhandel. Zürich, 1931.

Verband schweiz. Spezereihändler. Unkostenberechnungen, Unkostenerhebungen 1919/1920.

— Rückblick 1900/1925. Solothurn, 1925.

Gewerbe-Zeitung, Schweizerische, Offizielles Zentralblatt des Schweizerischen Gewerbeverbandes.

Kaufmännische Mittelstand, Der, Organ der selbständigen Kaufleute in der Schweiz. Biel.

Konsument, Der, Offizielles Organ der Konsumgenossenschaft Bern.

Spezereihändler-Zeitung, Schweizerische. Offizielles und obligatorisches Organ des Verbandes schweizerischer Spezereihändler. Solothurn.

Schneidermeister-Zeitung, Schweizerische. Offizielles Organ des Zentralverbandes schweizerischer Schneidermeister. Zürich.

Schuhmacher-Zeitung, Schweizerische, zugleich Organ für Schuhfabrikation und Schuhhandel der deutschen und französischen Schweiz.

Textildetaillisten-Zeitung, Schweizerische. Offizielles Organ des Schweizerischen Textildetaillistenverbandes. Aarau.

Veröffentlichungen der Preisbildungskommission des eidg. Volkswirtschaftsdepartementes, Nr. 1 bis 8.

Wirtschaftl. und sozialstat. Mitteilungen. Eidg. Volkswirtschaftsdep. Bern.

Statistische Quellenwerke der Schweiz. Heft 17, Die Gewerbebetriebe in der Schweiz. Bern, 1932.